قضايا عالمية

السعي إلى وسائل إعلامية حرة ومسؤولة

المجلد 8، العدد 1، شباط/فبراير 2003

وزارة الخارجية الأميركية / مكتب برامج الإعلام الخارجي

يوفر مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأميركية منتجات وخدمات تشرح سياسات الولايات المتحدة والمجتمع الأميركي والقيم الاميركية إلى القراء الأجانب. ينشر المكتب خمس مجلات إلكترونية تبحث في المسائل الرئيسية التي تواجه الولايات المتحدة والمجتمع الدولي. وتنشر هذه المجلات بيانات السياسة الاميركية مع التحليلات والتعليقات والمعلومات الخلفية في مجالات مواضيعها وهي: مواقف إقتصادية، وقضايا عالمية، وقضايا الديمقراطية، وأجندة السياسة الخارجية الأميركية، والمجتمع الأميركي وقيمه.

تنشر جميع الإصدارات باللغات الإنكليزية والفرنسية والبرتغالية والإسبانية، وتنشر مواضيع مختارة منها باللغتين العربية والروسية. تنُشر الإصدارات باللغة الإنكليزية كل شهر تقريباً، وعادةً يتبعها نشر النصوص المترجمة بعد مدة تتراوح بين أسبوعين وأربعة أسابيع.

إن الآراء الواردة في المجلات لا تعكس بالضرورة آراء أو سياسات حكومة الولايات المتحدة ولا تتحمل وزارة الخارجية الأميركية أية مسؤولية تجاه محتوى المجلات أو فيما يخص الوصول المستمر إلى مواقع الانترنت الموصولة بهذه المجلات. تقع هذه المسؤولية بصورة حصرية على الناشرين في هذه المواقع. يمكن استنساخ وترجمة المواد الواردة في هذه المجلات في خارج الولايات المتحدة الأميركية ما لم تكن المواد تحمل قيوداً صريحة على مثل هذا الاستعمال حماية لحقوق المؤلف. يجب على المستعملين المحتملين للصور الفوتوغرافية المنسوبة إلى مصورين محددين الحصول على إذن باستعمالها من أصحاب الصور.

توجد الإصدارات الجارية والسابقة لهذه المجلات وجداول بالتواريخ اللاحقة لصدورها على الصفحة الدولية الخاصة بمكتب برامج الإعلام الخارجي على شبكة الانترنت في الموقع:
http://usinfo.state.gov/journals/journalsarab.htm
وتتوفر هذه المعلومات وفق برامج كمبيوتر متعددة لتسهيل تصفحها مباشرة أو نقل محتوياتها أو استنساخها أو طباعتها.

Editor, eJournal USA
IIP/T
U.S. Department of State
301 4th Street SW
Washington, DC 20547
United States of America
E-mail: iiptcp@state.gov

من المحرر

التعديل الأول
لدستور الولايات المتحدة

من المسلّمات البديهية في الديمقراطية أن من حق المواطنين الحصول على المعلومات والمعرفة. فمن الواجب أن تكون الناس على إطلاع أن كان لها أن تلعب دوراً نشطاً في حياة بلدها. وتُعتبر وسائل الإعلام الحرة والمسؤولة مصادر أساسية للمعلومات بالنسبة للمواطنين الذين عليهم اختيار أفضل القادة لبلدهم، واتخاذ قرارات سليمة حول قضايا وطنهم، كما وقضايا مجتمعاتهم الأهلية الافرادية.

وتكون المعلومات التي توفّرها وسائل الإعلام بنفس الأهمية لاتخاذ قرارات اقتصادية وشخصية قائمة على الإدراك، كما هي بالنسبة لانتقاء خيارات سياسية صائبة. وثمة علاقة قوية بين وسائل الإعلام المنفتحة والاقتصاد الحر والفعّال. وفي الواقع، دلّت الدراسات التي أجراها البنك الدولي مؤخراً على أن وسائل الإعلام الحرة ضرورية لنجاح التقدم الاقتصادي في البلدان النامية.

منذ زمن بعيد وسياسة حكومة الولايات المتحدة تساند نشوء وسائل إعلامية منفتحة ومسؤولة في الخارج، كما أنها تساعد في بناء البنى التحتية اللازمة لعمل الصحافة الحرة -- بنى تحتية قانونية، إستقلال مالي، شفافية في نظام الحكم، وصحفيين مُدرّبين للكتابة بموضوعية ونزاهة. فتحقيق قيام وسائل إعلام حرة ومسؤولة، يُعتبر عملا متواصلا، متحديا وحيويا ومستديما. علينا أن نواصل العمل لبلوغ هذه الغايات وأن نتكيّف مع أي ظروف وتحديات جديدة. وعلينا أن نستمر في رؤيتنا للهدف النهائي ... ألا وهو مواطنون قادرون على اتخاذ قرارات قائمة على الاطلاّع، وتحدّد شكل حياتهم.

المحرر

المحتويات

السعي إلى وسائل إعلامية حرة ومسؤولة

تركيز

تعزيز قيام وسائل إعلام حرة ومسؤولة:
جزء لا يتجزأ من سياسة أميركا الخارجية.

تعزّز حكومة الولايات المتحدة وتساعد نشوء وسائل إعلام مسؤولة في الخارج.
بقلم لورن دبليو. كرينر، مساعد وزير الخارجية
لشؤون الديمقراطية، وحقوق الإنسان، والعمل.

دور وسائل الإعلام المستقلة في بناء الديمقراطية
ترعى حكومة الولايات المتحدة مجموعة منوّعة من البرامج لتنشئة وتطوير منظمات وسائل للإعلام التي تقوم بخدمة جمهورها.
بقلم فريدريك دبليو. شيك، نائب المدير،
الوكالة الأميركية للتنمية الدولية.

تعليقات

الأسس القانونية لحرية الصحافة في الولايات المتحدة
على الدول تأمين الأسس القانونية الراسخة لتتيح لوسائل الإعلام العمل بصورة مستقلة دون مضايقات.
بقلم جين ا. كيرتلي، أستاذة أخلاقيات وقوانين وسائل الإعلام
في كلية الصحافة والإعلام العام، بجامعة منيسوتا

خطوات نحو قيام وسائل إعلام حرة، وقابلة للحياة مالياً
هناك إدراك متزايد أن وسائل الإعلام في البلدان التي تمر في طور انتقالي، تساهم في تحسين محاسبة الحكومات، وفي قيام أسواق أكثر فعالية ومجتمعات أغنى بالمعلومات.
بقلم تِم كارينغتون ومارك نلسون، معهد البنك الدولي

الفوضى لا تشكل خطة في مجال الأعمال:
توجهات عملية حول الأعمال في حقل وسائل الإعلام
يناقش ثلاثة مستشارين في مجال أعمال وسائل الإعلام في الخارج، عملوا على نطاق واسع في بلدان تَمرّ في طور إنتقالي، كيف تناضل الوسائل الإعلامية لتحقيق إستقلالها المالي، وخدمة قرائها ومشاهديها، ونقل الأخبار بمسؤولية.
ضمت لائحة المشاركين في النقاش وليام سيمرينغ، مدرب إذاعي في إفريقيا، وأوروبا الشرقية وآسيا؛ ديفيد سايمونسون، مستشار في الأعمال الصحفية لدى صحف في أوروبا الشرقية؛ وراشيل تومبسون، مدربة في إدارة وسائل الإعلام في أوروبا الشرقية.

الصحافة وخدمة الثقة العامة

على كليات الصحافة أن تكون المكان الذي يتعلم فيه الطلبة خدمة الثقة العامة للناس خلال تقديم الأخبار بكل استقلالية.
وليام ف. وو، لوري ا. لوكي، أستاذان زائران في الصحافة المحترفة، جامعة ستانفورد.

الصحفيون الإذاعيون بحاجة إلى التدريب لتلبية الطلب الكبير

الصحفيون الإذاعيون يستمرون في رغبتهم بتحسين مهاراتهم طوال حياتهم المهنية، لكن توافر التدريب المناسب صعب الحصول.
ديبرا بوتر، مديرة نيوزلاب، مركز أبحاث وتدريب
للصحفيين العاملين في محطات التلفزة.

تعزيز قيام وسائل إعلام حرة ومسؤولة: جزء لا يتجزأ من سياسة أميركا الخارجية

بقلم لورن دبليو. كرينر، مساعد وزير الخارجية لشؤون

الديمقراطية، وحقوق الإنسان، والعمل

«ليست حرية الصحافة هدفاً في ذاته بل وسيلة للوصول إلى إقامة مجتمع حر.»

قاضي المحكمة العليا السابق
فيليكس فرانكفوتر

هذا الربيع، سوف تتطلع صحف كرغيزستان المستقلة بأمل إلى تَسُّلم مطبعة جديدة بالألوان. فضمن برنامج صُمم لتعزيز قيام وسائل إعلام حرة وديناميكية في ذلك البلد، أمنّت وزارة الخارجية الأميركية التمويل لهذه المطبعة ولدورات تدريب للصحفيين الكرغيزيين. يبيّن المشروع بصورة ملموسة كيف أن تعزيز وسائل الإعلام المنفتحة هو عنصر هام في سياسة الولايات المتحدة الخارجية.

إن حق الصحافة في نشر المقالات، والافتتاحيات، والانتقادات، والمعلومات، بحرية هو مبدأ أساسي في الديمقراطية الأميركية. والواقع، أن شكل الحكم الذي تتمتع به أميركا اليوم ما كان ممكنا لولا التسوية الكبرى التي أدت إلى التوافق على ما يعرف بقانون الحقوق، هو التعديلات العشرة الأولى في دستور الولايات المتحدة. يعلن التعديل الأول: «لا يجوز أن يصدر الكونغرس قانوناً يحد من حرية التعبير أو حرية الصحافة.» فحرية الصحافة قائمة ليس لأنها صيغت بشكل قانون وحسب، بل هي موجودة وتزدهر اليوم لأن الشعب الأميركي يتمسك ويعتز بها. ذلك ان الأميركيين يعرفون أن للصحافة الحرة دورا هاما تلعبه في صوغ صورة بلدنا العظيم وفي رفعه إلى موقع القيادة العالمية للديمقراطية وحقوق الإنسان. ففي حين تزدهر الصحافة الحرة في أميركا اليوم، الا أنها ليست مؤسسة تنفرد بها أميركا. فبوسع وسائل الإعلام الحرة والمسؤولة أن تؤثر ايجابياً في أي بلد كان، بما في ذلك تلك البلدان التي نشأت فيها الديمقراطيات مؤخراً. فالصحافة الحرة ضرورية لإقامة حكم مستقر، وديمقراطي، يماثل الحكم الذي يتمتع به الأميركيون.

أن تعزيز حرية الصحافة في الحقيقة مرتبط بالحرية الإنسانية. فلكي يلعب الناس دوراً نشطاً في سياسة بلدهم، يجدر بهم أن يكونوا مطلعين على ما يجري. فحتى الأمر البسيط جداً مثل الإقتراع يكون صعباً من دون معلومات كافية. الصحافة الحرة تنقل إلى الناس المعلومات عن زعمائهم، وعن سياسات البلدان الأخرى، وحتى عن الممارسات في العمل القومي. يرتكز الدعم الأميركي للصحافة الحرة على الإعتقاد بأن الناس، عندما يكون لديهم فهم كامل وناجز لحال الأمور في بلدهم وفي العالم، سوف يختارون لأنفسهم تلك المؤسسات، والسياسات، والممارسات التي تحافظ وتحمي على أحسن وجه الحقوق المدنية والإنسانية الأساسية.

تدعم الولايات المتحدة وسائل الإعلام الحرة والمسؤولة عن طريق تشجيع الحكومات الأخرى على تبنّى ممارسات تحمي الحريات الصحفية، وعن طريق تمويل ودعم برامج تدريب على وسائل الإعلام لتعليم الصحفيين الأجانب في الولايات المتحدة وفي الخارج. معظم هذه البرامج تُنفذ في تلك البلدان التي يمكن أن تستفيد أكثر ما يمكن من صحافة حرّة، كالديمقراطيات الناشئة. وفي الوقت الذي تقدم فيه الصحافة الحرة العديد من المكاسب لأي بلد، يمكن توضيح الدعم الأميركي لوسائل الإعلام الحرة والمسؤولة على النحو الأفضل بطرق أربع.

أولاً، تساند أميركا نمو وسائل الإعلام الحرة والمسؤولة لأن حقوق وجود صحافة حرة، وحريات الفكر والتعبير التي تتضمنّها الصحافة الحرة، حقوق أساسية وإنسانية عالمية تستحق أن تتمتع بها جميع الشعوب على قاعدة إنسانيتها. يتبدى هذا الاعتقاد في دستور الولايات المتحدة، وفي الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وفي تاريخ الولايات المتحدة في محاربة الرقابة والإشراف على وسائل الإعلام في الداخل والخارج.

ثانياً، إن وجود صحافة حرة ضروري لنشوء ديمقراطية حقيقية وكاملة. فالصحافة الحرة هي الوحيدة القادرة على تزويد الناخبين بالمعلومات التي يحتاجونها لإختيار أفضل القادة.

وتستخدم الحكومات أحياناً كثيرة وسائل الإعلام الخاضعة للدولة لتقديم مجموعة مُشّوهة من الوقائع. كذلك، وفي حال غياب الحماية، بإمكان الحكومات الضغط على وسائل الإعلام الخاصة لكي تنشر أو لا تنشر معلومات حيوية. بإختصار، تؤكد وسائل الإعلام الحرة أن الحكومات سوف تمثل مصالح مواطنيها، وأن المواطنين يمكنهم محاسبة حكوماتهم. ومن خلال النقاش العام تتيح الصحافة الحرة التعبير عن آراء متعددة في صفحات التحرير كما نشر إعلانات تجارية. هذه البيئة تدعى «سوق الأفكار» حيث يختار المواطنون ويؤيدون تلك الأفكار التي يفضلونها على غيرها. يؤمن نظام كهذا أفضل النتائج دون الحاجة إلى إسكات أي وجهة نظر.

ثالثاً، هناك علاقة وثيقة وإيجابية بين النقل المنفتح للأخبار والإقتصادات الحرة، المنفتحة والفعّالة. وينتج عن النمو الإقتصادي تحسن في مستوى المعيشة، والتعليم، والعناية الصحية، وباختصار، حياة أفضل وحرة أكثر لقيام بلد يكون عامة أكثر استقراراً وسلاماً. وثقت نشرة للبنك الدولي صدرت مؤخراً، بعنوان «حق القول»، الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الحرة في دعم النمو الإقتصادي. كتب جيمس د. وولفنسون، رئيس مجموعة البنك الدولي، في مقدمة الكتاب: «علينا، لأجل خفض نسبة الفقر، تحرير إمكانية الوصول إلى المعلومات، وتحسين نوعية المعلومات. فالناس المزودون بمعلومات أكثر يملكون قدرة انتقاء خيارات أفضل.» تعزز وسائل الإعلام الحرة تبادل المعلومات حول ممارسات الأعمال الناجحة، وتساعد في ايجاد شركاء تجاريين، وبوسعها زيادة فعالية الإقتصادات عن طريق نشر تكنولوجيات مفيدة. كما أن نقل الأخبار بانفتاح يحافظ على دعم وثقة المستثمرين، المحليين والأجانب.

أخيراً، تعزز الولايات المتحدة وسائل الإعلام الحرة والمسؤولة حيث أنه من المهم أن يتم نقل أعمال ونوايا الولايات المتحدة بأمانة. فالولايات المتحدة تسعى جاهدة لتعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان، والقضاء على الجوع والمرض، والمحافظة على الأمن في العالم. ومن المؤسف أن أعمال الولايات المتحدة وسياساتها الداعمة لهذه الأهداف يُساء نقلها أحياناً عبر وسائل الإعلام التي تسيطر عليها الحكومات أو المجموعات الخاصة. فلمحاربة العداء لأميركا، ولبناء الثقة، ولتعريف الناس في العالم على أميركا بطريقة أفضل، من المهم جداً أن تتحدث الوسائل الإعلامية الحرة والمسؤولة عن أعمال الولايات المتحدة بدقة أكثر.

تدعم وزارة الخارجية والوكالة الأميركية للتنمية الدولية، بالإضافة إلى التوظيفات المادية، مثل إرسال المطبعة إلى كرغيزستان، حرية الصحافة عن طريق تمويل برامج للتدريب في مجال الوسائل الإعلامية والبرامج الإدارية. مثلاً، سوف يدعم هذا التمويل، سنة 2003، برامج المركز الدولي للصحفيين لتدريب العاملين المحترفين في الصحافة المنشورة ووسائل الإعلام الصحفية، في أذربيجان وكازاخستان. سوف يتعلم المشاركون في هذه البرامج آداب المهنة، وفنون التحقيقات الصحفية، وكيفية المحافظة على استقلاليتهم من رعاية الدولة ومجموعات المصالح لهم، بحيث لا يعيقون حريتهم في الرأي والتحرير. وسوف يقدم برنامج آخر للمركز الدولي للصحفيين التي تموله وزارة الخارجية، على مدى سنة كاملة، مجموعة من ورش العمل في جنوب شرق أوروبا لتحسين قدرات الصحفيين على الكتابة عن الاتجار بالنساء والفتيات. وهناك برنامج آخر ترعاه الوكالة الاميركية للتنمية، وتديره مؤسسة انترنيوز، وهذه مؤسسة دولية لا تبغي الربح، هدفه تعزيز وسائل الإعلام المستقلة في الديمقراطيات الناشئة، سوف يقوم بتدريب الصحفيين من كمبوديا وأندونيسيا على إنشاء مرافق صحفية مستدامة، وغير متحيّزة.

لكل إنسان، في نظر الأميركيين، الحق في استلام معلومات دقيقة عن حكومته، وعن الحكومات الأخرى، وعن حال العالم. ومن المهم بنفس الدرجة، أن تقوم وسائل الإعلام الحرة بعمل الرقابة على الحكومات القوية، بينما تحافظ في ذات الوقت على سلامة اقتصاد بلادنا، وتخبر بأمانة عن الأعمال التي تقوم بها الولايات المتحدة في الخارج. وعلى الرغم من أن المطبعة قد لا تبدو للبعض أكثر من آلة، فان تسليمها إلى كرغيزستان سوف يمكّن شعب تلك البلاد من التمتع بتلك الحقوق والفرص التي لم تسنح له قبلاً، ومن بناء بلدٍ أفضل وأكثر حرية.

دور وسائل الإعلام المستقلة في بناء الديمقراطية

بقلم فريدريك دبليو. شيك، نائب المدير، الوكالة الأميركية للتنمية الدولية

يمكن لوسائل الإعلام الحرة أن تساهم في تحسين حال الدول والمجتمعات. لكن، لكي تتمكن من ذلك، عليها أن تقوم في أحيان كثيرة بعملية تحسين ذاتية.

برزت وسائل الإعلام الحرة حول العالم كإحدى أهم قوى النضال من أجل تحويل الأنظمة المنغلقة على نفسها والقمعيّة إلى مجتمعات منفتحة ومنتجة. يجري هذا التحول باتجاه الديمقراطية والأسواق الحرة بشكل جدي عبر العالم، وعلى الأخص منذ نهاية الحرب الباردة، لكن النتائج لا يمكن التنبؤ بها حيث تظهر الآن قوى سوداء، قوى ظلت حية طيلة عقود من الزمن خلف قناع القمع.

لقد ظهر، أو عاد إلى الظهور، العنصريون، والإرهابيون، والقبليون الإثنيون، وعصابات الاتحادات المنظمة للمجرمين، وعصابات المخدرات، والسياسيون المتسلطون في عدد كبير من البلدان. يتمثل هذا التحدي في ما إذا كانت الدول الجديدة المستقلة التابعة للإتحاد السوفياتي سابقاً، والبلدان النامية في آسيا، وإفريقيا، وأميركا اللاتينية، سوف تتبنى أشكال الحكم الديمقراطي، ذا الصفة التمثيلية، الحكم الذي يؤمن التعليم، والصحة، والأمن، ويتيح الفرص، ويقيم إقتصادا سليما يعزز الإستثمارات والتجارة.

وسط هذا الصراع، تحاول الولايات المتحدة مساعدة هذه البلدان في التحرك قدماً نحو الديمقراطية عن ريق المساعدة في إنشاء، وتدريب، وحماية الصحف، والإذاعات. ومحطات التلفزيون الحرة والمستقلة. فنحن نعتقد أنه من الممكن مساعدة وسائل الإعلام المستقلة لكي تلعب دورين رئيسيين: دور «الرقيب الحارس» على الحكومات، ودور توعية الناس حول القضايا التي تؤثر في حياتهم.

قبل مئتي عام، وصف الرئيس توماس جفرسون هذا الأمر على أحسن وجه: «الضمانة الوحيدة قبل أي ضمانة أخرى هي الصحافة الحرة». وفي سنة 1823، قال جفرسون: «إن قوة الرأي العام لا يمكن مقاومتها عندما يُسمح لها بالتعبير بحرية. فالاضطراب الذي تحدثه يجب الامتثال لها. وهو ضروري لكي تبقى المياه صافية.»

بين عامي 1990 و2001، أنفقت الوكالة الأميركية للتنمية الدولية 270 مليون دولار أميركي لمساندة وسائل الإعلام الحرة في الكتلة السوفياتية السابقة وفي البلدان النامية. وتركّز حوالي 182 مليون دولار من هذا المجموع في أوروبا الشرقية والبلدان التي كانت دائرة في فلك الإتحاد السوفياتي سابقاً، بما في ذلك توظيفات كبيرة في حملات نظمتها وسائل إعلامية مستقلة في صربيا والبوسنة قبيل هزيمة الرئيس سلوبودان ميلوسوفيتش على يد الناخبين سنة 2000، بعد أن أشرف على الحروب الدموية في كرواتيا، والبوسنة، وكوسوفو.

وتم إرسال صحفيين وأكاديميين أميركيين من قبل وكالة الإعلام الأميركية، والتي تم دمجها في وزارة الخارجية، لتدريب المراسلين، والمحررين، والمذيعين في نيجيريا، وغينيا، وساحل العاج، وإلى ما يزيد عن عشرة بلدان أخرى كانت تتخلص من عقود مرّت عليها تحت حكم الحزب الواحد.

برامج حكومة الولايات المتحدة لوسائل الإعلام المستقلة

برامج دعم وسائل الإعلام التي تمولها وزارة الخارجية والوكالة الأميركية للتنمية الدولية تشمل أربعة أوجه. الوجه الأول يخص تعليم مهنة الصحافة. يُرسَل الصحفيون والمعلمون الأميركيون إلى الخارج للتحدث (برفقة خبراء محليين) إلى الصحفيين العاملين حول فنون الكتابة الصحفية، والدقة، والتوازن، والإنصاف، وجمع المعلومات، والكتابة بوضوح، والفصل بين التعليق والخبر، وحماية مصادر المعلومات. ويتلقى هؤلاء أيضاً الإرشاد حول كيفية معالجة القضايا الحساسة كالنزاعات الإثنية، وحقوق المرأة، ومرض الإيدز. إضافة إلى ذلك، يُستقدم

الصحفيون الأجانب إلى الولايات المتحدة لزيارة دور الصحف الأميركية ومحطات التلفزة، ولمشاهدة كيف تعمل الصحافة الحرة في سياقها الأميركي. وبإمكان الصحفيين الأجانب أيضاً حضور حلقات دراسية خاصة، ومقررات دراسية في إذاعة «صوت أميركا»، أو في مؤسسات التعليم العالي.

يُرسل الصحفيون والمحررون الأميركيون إلى الخارج لتعليم المبادئ الأساسية للصحافة الحرة كالموضوعية، والدقة والإنصاف – لا للدفاع عن سياسة أميركا الخارجية. والحقيقة، أن أحد أعظم الدروس التي يُلقنّونها هو أن دور الصحفي في مجتمع حر هو انتقاد سياسة الحكومة، وأن رئيس الولايات المتحدة نفسه ليس مُحصّناً ضد سهام الصحافة الحرة.

الوجه الثاني لمساندة وسائل الإعلام الحرة يتعلق بكيفية تطوير الأعمال التجارية للصحافة. تحتاج المؤسسات الصحفية، للتخلص من رقابة الحكومة، لأن تكون قادرة على شق طريقها بنفسها، ودفع رواتب محترمة، وتغطية تكاليف الإنتاج، بدءاً من ورق الجرائد وصولاً إلى أجهزة الإرسال. ففي بعض البلدان الفقيرة، تُدفع للمراسلين أجور متدنية لدرجة أن بعضهم يقبل ما يُسمى «مظاريف بُنّية» تحتوي على مدفوعات نقدية من مصادر معينة، أو عندما يحضرون مؤتمرات صحفية. تُعلّم برامج الولايات المتحدة مالكي وسائل الإعلام والمدراء فنون الإعلان، والتسويق، والإدارة المالية لكي يستطيعوا الإعتماد على أنفسهم. وتساعد هذه البرامج أيضاً في إعداد دراسات الجدوى، وخطط العمل، وإنشاء مكاتب تدقيق ومحاسبة للمصادقة على كمية التوزيع ومن أجل تحديد أسعار الإعلانات.

الوجه الثالث لمساندة الولايات المتحدة لوسائل الإعلام يتعلق بمساعدة مجموعات الصحفيين، والناشرين، والمدافعين عن حقوق الإنسان، أو المشترعين المحليين على وضع قوانين تحمي قدرة الصحافة على تغطية نشاطات الحكومة ومواضيع غيرها، دون الخوف من المضايقات. وتذهب الأموال الأميركية أيضاً إلى تعليم محامي وسائل الإعلام، وإلى دعم الدفاع القانوني عن المؤسسات الإعلامية.

أما الوجه الرابع فيعود إلى المساعدة في تشكيل جمعيات مهنية للصحفيين، والمحررين، وأصحاب وسائل الإعلام. تتحول مثل هذه الهيئات إلى قوة لحماية الأعضاء الفرديين فيها حين ينفذون الوظائف العادية المتعلقة بهذه الجمعيات مثل وضع المعايير؛ وتشجيع الأعضاء على تحسين النوعية والمصداقية؛ والعمل على تحسين الوصول بشكل أفضل إلى الوثائق العامة، والإجتماعات، والمقابلات الصحفية مع الرسميين الحكوميين.

الأشكال الأخرى لمساعدة وسائل الإعلام المستقلة

تشمل المساعدات الأميركية في بعض الحالات، الدعم المالي للتوظيفات الرأسمالية، مثل شراء المطابع، وأجهزة الإرسال، والتجهيزات الإذاعية، وكمبيوترات غرف الأخبار. وفي حين نجد أن الهدف الأميركي الأول هو مساعدة الوسائل الخاصة الحرة، فان هذه المساعدة تذهب، في بعض الأحيان أيضاً لتدريب الموظفين ومدراء وسائل الإعلام التابعة للدولة. غير أن هدف هذه المساعدة، في الأمد البعيد، هو جعل وسائل الإعلام التابعة للدولة أكثر إستقلالية، وأكثر احترافاً، مع إمكانية تحويلها إلى القطاع الخاص لاحقاً. عندما تتبع وسائل الإعلام التابعة للدولة المعايير المهنية، فإنها تصبح أكثر قابلية لخدمة مصلحة عامة الناس بدلاً من مساندة الحكومة القائمة. تواجه المساعدة الأميركية لوسائل الإعلام الحرة بعض الجَدَل. ففي بعض الأحيان، تكون وسائل الإعلام الحرة، عند ظهورها الأول، تنقصها الخبرة وتنقل أخباراً غير مؤكدة، أو خاطئة، أو مُضلّلة، أو مبالغا فيها، أو مفترئة. وفي بعض البلدان، تعتبر مساندة الولايات المتحدة لوسائل الإعلام الحرة بمثابة تدخل خارجي. أما في بلدان أخرى، فتعبّر وسائل الإعلام الحرة أحياناً عن وجهات نظر معادية لأميركا أو على خلاف مع سياسات الولايات المتحدة وحلفائها. وعلى الرغم من دواعي الجدل هذه، والإنتقاد الموجه إلى مرافق الوسائل الإعلامية الناشئة، تبقى مساعدات الوكالة الأميركية للتنمية الدولية، ملتزمة هذا النشاط. فبناء وسيلة إعلامية مستقلة ومسؤولة من خلال عملية تطوّرية تحتاج إلى عقود من الزمن في بلدان لم يكن لديها تقاليد من التسامح تتقبل مجالات واسعة من وجهات النظر المتنافسة. لقد توقفت المساعدات إلى بلدان أميركا الجنوبية على نطاق واسع في السنوات الأخيرة، حيث أن كل بلد من هذه البلدان قد تحول نحو الديمقراطية، باستثناء كوبا. لكن، لا تزال بعض المساعدات تذهب لتحضير تقارير صحفية تحقيقية لازمة لمواجهة الفساد والمخدرات المحظورة.

مكتب مبادرات الإنتقال التابع للوكالة الأميركية للتنمية الدولية

تذهب مساعدات الوكالة الأميركية للتنمية الدولية إلى وسائل الإعلام، في 13 بلداً تسير نحو الديمقراطية كأفغانستان، عبر مكتب مبادرات الإنتقال، الذي يعمل في مناطق كانت تشهد، أو لا تزال تشهد، نزاعات مستمرة.

تشمل مساندة مكتب مبادرات الحالات الإنتقالية لوسائل الإعلام المستقلة – بالإضافة إلى تأمين التدريب وتطوير البنى التحتية – برمجة رسائل من أجل السلام، والتسامح، والمشاركة الديمقراطية. تختلف هذه المحاولات لنشر الأخبار والمعلومات الإيجابية، والتي تدعم القيم الديمقراطية وعملياتها، عن المساندة المباشرة لوسائل الإعلام المستقلة التي تسعى فقط إلى مساندة العمل الصحفي المسؤول، والتي لا تعزز انتشار رسائل مُحدّدة.

المساندات الأخرى للوكالة الأميركية للتنمية الدولية

البرامج الأخرى لدى الوكالة الأميركية للتنمية الدولية التي تدعم الاحتياجات الأساسية للتنمية كالتعليم والصحة، قد تشمل كذلك عناصر مساندة لوسائل الإعلام. إذ يمكن لبرامج التنمية هذه استخدام الإذاعات، والتلفزيونات، والصحف لتسويق البرامج الإجتماعية. ففي رواندا، تساعد الولايات المتحدة في بث تقارير عن محاكمات الإبادة الجماعية والقضايا الأخرى التي تراها هامة للتغلب على "إذاعة الكراهية" الموروثة التي استُخدمت لزيادة الكراهية الإثنية والإبادة الجماعية سنة 1994.

نهوج مبتكرة جديدة

أحد الدروس التي تعلمتها الوكالة الأميركية للتنمية الدولية، بعد إدارتها لبرامج دعم الوسائل الإعلامية طيلة أكثر من عقد من الزمن، بيّنت أنه بدلاً من محاولة إنشاء مرافق إعلامية جديدة بالكامل، من الأفضل مساعدة مرافق قائمة حتى ولو أدى ذلك إلى شراء أجهزة الإرسال وورق الصحف عبر هبات مباشرة.

والدرس الآخر يتمثل في – محاولة مساندة التقارير الصحفية الانتقادية في مجالات أقل تهديداً، كالتقارير المحلية حول الطرقات، والصحة، والبيئة، – وذلك عندما تحظر الحكومات الانتقاد المباشر للسلطات الحاكمة – فقد استخدم الصحفيون تلك التقارير كنقطة إنطلاق للبدء بالكتابة الإنتقادية حول المسائل الحكومية لفترة طويلة قبل أن يتمكنوا من التطرق إلى قضايا أكثر أهمية كالحاجة إلى انتخابات حرة وقضاء حرّ.

وتدعم المساعدات الأميركية أيضاً تدريب الصحفيين على محاولة صوغ علاقات إيجابية مع الرسميين الحكوميين، وفي كتابة تحقيقات صحفية إستقصائية، وتغطية أخبار الإرهاب. وقد ساعدت جهود دعمتها الولايات المتحدة صحفيا بلغاريا في تعقّب عمليات تدفق المخدرات والأموال التي تربط بين أسامة بن لادن وأوروبا، عبر بلغاريا.

لم تكن قوة وتأثير وسائل الإعلام في يوم من الأيام أكثر أهمية مما هي عليه اليوم. فالإتصالات بواسطة الأقمار الصناعية والإنترنت مكنّت المجموعات الصغيرة من المتطرفين من نشر رسائل الكراهية والتعصّب على نطاق واسع للملايين من الناس بكبسة رز. فالمساعدات الأميركية لإنشاء وسائل إعلام متّزنة، ومنصفة لا تزال من الأولويات الهامة، وعلى الأخص بعد هجمات الحادي عشر من أيلول/سبتمبر، وفي وقت نسعى فيه إلى إقامة عالم أكثر إطلاعاً وتسامحاً.

الأسس القانونية لحرية الصحافة في الولايات المتحدة

بقلم جين ا. كيرتلي، أُستاذة أخلاقيات وقوانين وسائل الإعلام

في كلية الصحافة والإعلام العام، جامعة منيسوتا

جميع القوانين التي تحددت فيها حرية الصحافة في الولايات المتحدة مشتقة، عن التعديل الأول لدستور الولايات المتحدة. فهل هذه الحرية «مطلقة» إلى الحدّ الذي قد توحي به الكلمات؟ لقد حاولت المحكمة العليا في الولايات المتحدة الإجابة عن هذا السؤال لفترة طالت أكثر من 200 سنة.

إسأل أي أميركي عن حرية الصحافة في الولايات المتحدة-- واستمع إلى الجواب! فستتلقى على الأرجح سيلاً من الانتقاد حول عدم مسؤولية «وسائل الإعلام». فهي، ما فتئت تعتدي على خصوصية الأفراد. وهي تنشر العديد من الأسرار الحكومية. وتقوم بكل هذا لبيع المزيد من نسخ صحفها، أو للحصول على نسب أعلى من المشاهدين.

أو هذا ما تقوله الحكمة السائدة. دلّت دراسة أجراها مركز التعديل الأول للدستور في منتدى الحرية، عام 2002، على أن 42 بالمئة من الذين استجوبوا يعتقدون أن الصحافة تتمتع بحرية «زائدة عن اللزوم.» أما إذا كان هذا الكلام دقيقاً أم لا فمسألة فيها رأي، لكن ما هو متفق عليه أن القانون في الولايات المتحدة شامل بشكل واسع جداً في حمايته لحقوق وسائل الإعلام، بحيث جعل من صحافتنا، أقلاً من الناحية النظرية، من بين الأكثر حرية في العالم.

لكن من أين جاءت هذه الحقوق؟ كيف تطورت واتسعت عبر السنين؟ ما هو مستقبل حرية الصحافة في الولايات المتحدة ؟

الجذور التاريخية

القانون الأميركي مشتق عن القانون الإنجليزي العام، وهو قانون غير مدون قائم على العرف والعادات. وهذا يعني أن الدستور والتشريعات البرلمانية يجب أن يُفسّرها القضاة، في العادة من خلال أحكام صادرة في قضايا سابقة أقامها لدى المحاكم إما الأفراد أو الدولة. فالمحكمة العليا في الولايات المتحدة هي الحكم الأخير في ما يعنيه الدستور وعما إذا كانت التشريعات أو قرارات المحاكم الأدنى تتطابق مع نصوصه.

قبل الثورة الأميركية، كانت المستعمرات البريطانية في أميركا الشمالية كانت المستعمرات البريطانية في أميركا الشمالية تخضع للعديد من القوانين التي سنها البرلمان (البريطاني) لمراقبة حرية التعبير. كانت هذه تشمل التشريعات التي تتطلب من الناشرين الحصول على ترخيص من الحكومة، الأمر الذي كان يعني عملياً إمكانية مراجعة المواد من قبل موظف حكومي قبل نشرها لمعرفة ما إذا كانت تتطابق مع القوانين التي تمنع التجديف أو الكفر، والفحش، وقول ما ينتقد التاج (البريطاني)، وهذا الأخير كان يُعرف بجرم التحريض على الفتنة.

وبحلول العشرينات من القرن الثامن عشر، بدأ المستعمرون الأميركيون يتذمرون من تلك القيود. نشرت صحيفة «بنسلفانيا غازيت» لصاحبها بنجامين فرانكلين مقالات «كاتو»، وهو الاسم المستعار لصحفيين بريطانيين، التي قالا فيها ما تلخيصه إن «حرية التعبير هي عبارة عن مظهر، كما وتأثير، الحكم الصالح.» وفي عام 1734، وُجّهت إلى جون بيتر زنغر، صاحب دار نشر في نيويورك، تهمة التحريض على الفتنة لأنه نشر في جريدته «ذي ويكلي جورنال» إنتقاداً بلا توقيع مُوجّه إلى الحاكم العام الإستعماري. بعد أن أمضى زنغر حوالي سنة في السجن دون محاكمة، أعلنت براءته على يد هيئة المحلّفين الذين رفضوا الانصياع لتعليمات القاضي بإدانته. فقد أقنع محامي زنغر، وهو محام متقاعد من فيلادلفيا إسمه أندرو هاميلتون، هيئة المحلّفين أنه لا يجوز أن يتعرض أي شخص لعقوبات جنائية لمجرّد أنه

إنتقد الحكومة، خاصة عندما تكون الوقائع التي ذكرها صحيحة --ما أدى إلى أحد أول الأمثلة عن «نقض هيئة المُحلّفين» في ما كان سيصبح الولايات المتحدة لاحقا.

بعد الحرب الثورية، أنشأت الولايات المتحدة المستقلة حديثاً، حكومة قومية ثلاثية السلطات حُددّت بموجب دستور لم يكن فيه، في البداية، قانون للحقوق. وظل الأمر هكذا حتى سنة 1791 عندما صادقت الولايات على التعديلات العشرة الأولى التي أُدخلت على الدستور، والتي احتوت على الكلمات الخمس والأربعين التي تشكل التعديل الأول: «لا يجوز للكونغرس أن يسن قانوناً يتعلق بإنشاء دين، أو منع ممارسته بحرية؛ أو يحدّ من حرية التعبير، أو الصحافة؛ أو حق الناس بالتجمع بسلام، أو مطالبة الحكومة برفع المظالم.»

جميع القوانين التي حددت حرية الصحافة في الولايات المتحدة مشتقة، عملياً، من هذه الجملة القصيرة المطلقة. فهي تمنع الحكومة الفدرالية (ومن خلال التعديل الرابع عشر، حكومات الولايات) من اتخاذ أي إجراء، أو رقابة، أو إشراف على وسائل الإعلام. وهذه الجملة لا تحاول تحديد ما هي «الصحافة»، كما لا تنسب ممارسة هذه الحقوق لتحقيق واجبات أو مسؤوليات.

لكن هل التعديل الأول «مطلق» إلى الحدّ الذي قد توحي به الكلمات؟ والجواب هو أن المحكمة العليا في الولايات المتحدة ما زالت تحاول الإجابة عن نفس السؤال لفترة طالت أكثر من 200 عام.

القيود المسبقة

تبلور النفور الشديد من قيام الحكومة بقمع أي مطبوعات مثيرة للخلاف في واحد من أوائل قرارات المحكمة العليا التي حددت حرية الصحافة، في دعوى نير ضد منيسوتا، (1931). أبطلت المحكمة العليا تشريعاً لإحدى الولايات يسمح للمسؤولين بمنع صدور الصحف «المؤذية عمداً، والفضائحية، والتشهيرية». وطالب التشريع أيضاً الناشرين الذي سبق أن صدر بحقهم حظر بالحصول على موافقة المحكمة مسبقاً قبل العودة إلى الصدور. المحكمة العليا قررت أن «القيود المسبقة» تعتبر أنها تنتهك التعديل الأول. غير أن رأي رئيس المحكمة تشارلز إيفانز هيوز لاحظ أن الحماية الدستورية «ليست غير محدودة بشكل مطلق»، موحياً بأن نشر التفاصيل عن تحركات القوات العسكرية في أوقات الحرب، مثلاً، أو نشر البذاءات، أو التحريض على أعمال العنف يجب أن تخضع للقيود.

رغم ذلك، وخلال السنوات التي تلت القرار المتعلق بنير، واصلت المحكمة العليا رفض المحاولات الرامية إلى الحدّ من حرية الصحافة بما في ذلك الحالات التي أدّعت فيها الحكومة أن المطبوعة تنتهك الأمن القومي. كان أحد أكثر الأمثلة خطورة، قضية «أوراق البنتاغون»، شركة نيويورك تايمز ضد الولايات المتحدة، (1971). طالبت إدارة نيكسون في هذه القضية بان تأمر المحكمة بتوقف صحيفتي نيويورك تايمز والواشنطن بوست عن نشر الوثائق السرية المتعلقة بحرب فيتنام. ففي رأي غير مُوقّع، حكمت المحكمة العليا أن الحكومة قد فشلت في تحمّل العبء الكبير المفروض عليها من المحكمة العليا لأنها لم تُثبت أن صدور المطبوعة سوف ينتج عنه أذى مباشر، وفوري، ويتعذر إصلاحه بالنسبة للمصلحة القومية.

لم يحدد قرار «أوراق البنتاغون»، على غرار قرار «نير»، أن كل التقييدات المسبقة للصحافة تنتهك بالضرورة التعديل الأول، لكنه أوضح أنه يترتب على الحكومة تبرير أي محاولة لمنع الصحف من النشر، وليس على الصحف أن تفسر لماذا لها الحق في النشر.

هذا الإفتراض القوي توسّع ليشمل نوعين من التعبير أوحت المحكمة في قضية «نير» أنه يمكن منعهما. ففي قضية ميللر ضد كاليفورنيا، (1973)، أعادت المحكمة التذكير بأن الكلام البذيء لا يتمتع بأي حماية دستورية، لكنها رسمت تعريفاً «ضيقاً» «للبذاءة» للتأكيد بان المواد التي تحتوي على قيمة جديّة أدبية، فنية، سياسية، أو علمية يمكن توزيعها. وعلى نفس النحو، فإن التعبير الذي يدعو إلى قلب الحكومة بالقوة بشكل مجرد يتمتع بالحماية طالما لم ينتج عنه عمل وشيك الوقوع وخارج عن القانون (براندنبورغ ضد أوهايو، (1969)، هيسّ ضد إنديانا، (1973)).

ذهبت المحكمة إلى أبعد من ذلك فأبطلت تشريعاً لولاية فلوريدا يفرض على الصحف التي تهاجم في إفتتاحيتها مرشحاً لأحد المناصب الانتخابية أن تنشر جواب المرشح. وفي قضية جريدة ميامي هيرالد ضد تورنيّو، (1974)، قرّرت المحكمة العليا أن النشر الإلزامي هو «تقييد مسبق» له نفس مفعول منع الصدور. وعلى الرغم من إدراك القضاة بأن هدف المشترعين في تشجيع الصحافة على تأمين منبر لوجهات النظر المتنافسة جدير بالثناء، فقد وجدوا أن التشريع يغتصب بصورة جائرة حقوق الناشرين في التعبير عن وجهات النظر التي يختارونها، وانه قد تكون لهذا التشريع أثر منحرف أو زائغ بحيث يحد من التغطية الصحفية للسياسة. كتب رئيس المحكمة وارن بورغر: «الصحافة المسؤولة هي دون شك غاية مرغوبة لكن مسؤولية الصحافة لا يفرضها الدستور، ولا يمكن، على غرار الكثير من الفضائل الأخرى سن قوانين بشأنها.»

التشهير

حتى سنة 1964، كان التشهير، بموجب القانون العام للولايات المتحدة، أي نشر بيانات كاذبة أو تشهيرية (مشوهّة للسمعة) عن الأفراد، يقع خارج حماية الدستور. لكن في قضية نيويورك تايمز ضد سوليّفان، (1964)، وهي قضية تقررت أثناء نشوء حركة الحقوق المدنية في الولايات المتحدة، اعترفت المحكمة العليا انه ينبغي، من أجل تجنّب النقاش والتعليقات العنيفة حول أعمال الرسميين الحكوميين، أن تعطى منظمات الأنباء فسحة تنفّس لارتكاب بعض الأخطاء، عن حسن نية، دون أن تواجه مسؤولية قانونية. وقررت المحكمة العليا أن الرسميين الحكوميين الذي يرغبون في الإدعاء بسبب التشهير سوف يطلب منهم ليس فقط الإثبات أن هذه البيانات كانت كاذبة، بل أيضاً أن الناشر، كان يعلم انها كاذبة أو انه نشرها «باستخفاف متهوّر» بالنسبة لصحتّها أو زيفها.

لقد تم في ما بعد توسيع مفعول هذا المعيار القانوني للخطأ المعروف بـ «الأذى الفعلي المتعمّد» ليشمل الدعاوى التي تقيمها الشخصيات العامة وكذلك الرسميون الحكوميون. فهو يسمح للولايات الخمسين تحديد مستوى «الخطأ» -- الأذى الفعلي، الإهمال، أو ما بينهما -- في دعاوى التشهير التي يقيمها الأفراد، لكن المحكمة العليا أوضحت أنه ينبغي إثبات درجة ما من الخطأ لكي يحقّ منح أي تعويضات نقدية.

التشهير الجنائي «وقوانين التحقير» (أو الإهانة)

على الرغم من التقاليد العريقة للخطاب السياسي المفعم بالحيوية، سن الكونغرس الذي كان يسيطر عليه الحزب الفيدرالي قانون التحريض على الفتنة عام 1798 بمثابة استجابة للأعمال المعادية التي قامت بها الحكومة الثورية الفرنسية. منع القانون الإنتقاد المكتوب أو الشفهي للحكومة، واستُخدم للحكم على العديد من الصحفيين وسجنهم، الذين ساندوا حزب توماس جيفرسون المعارض. انتهى مفعول هذا التشريع في القرن التاسع عشر.

اليوم، ومن الناحية العملية، يتمتع التعبير عن الرأي، مهما كان لاذعاً أو مؤلماً، بحماية الدستور المطلقة بموجب قوانين الولايات المتحدة. ومع أن العديد من الولايات قد سنّت قوانين خاصة بالتشهير الجنائي خلال القرن التاسع عشر، فان المحكمة العليا أبطلت، في قضية غاريسون ضد لويزيانا، (1964)، قانون لويزيانا لأنه لم يسمح بالدفاع عن الحقيقة. وفي قضية غيرتس ضد روبرت ولتش، إنك، (1974)، أعلنت المحكمة العليا أن الرأي الخاص الصافي -- البيانات التي لا يمكن إثبات صحتها أو زيفها -- لا يمكن أن يشكل الأساس لدعوى تشهير. وفي قضية هاستلر ماغازين ضد فولويل، (1988) أمرت المحكمة العليا أن حتى التهجم «الشنيع» والمتَعمّد على الشخصيات العامة قد لا يصلح كأساس لأي دعوى قضائية بدعوى التسبب بالارهاق العاطفي -- وهو ما قد يكون معادلاً في العديد من البلدان لتهجّم على شرف أو كرامة الإنسان -- إلا إذا كان المدّعي قادراً على الإثبات أن المطبوعة تحتوي على بيانات كاذبة للوقائع وأن البيانات قد نشرت بنية «الأذى الفعلي المتعمّد.»

كتب رئيس المحكمة وليام رينكويست: «لو قررنا خلاف ذلك، لما كان هناك شك في أن رسامي الكاريكاتور وكتاب المقالات الساخرة سيتعرضون لدفع التعويضات دون أي إثبات على أساس أن عملهم قد شوّه سمعة الشخص المستهدف زيفاً». واستنتج الرئيس، مستشهداً بقرار سابق للمحكمة العليا، بالقول إنه «إذا كان رأي المتحدث هو الذي أدى إلى الإهانة، فان تلك النتيجة هي سبب لمنح رأيه الحماية الدستورية. ذلك أن ثمة مبدأ مركزيا في التعديل الأول للدستور يقول إن على الحكومة أن تبقى على الحياد في سوق الأفكار».

الخصوصية

لم يحدد دستور الولايات المتحدة بوضوح حق الخصوصية. ومع أن المحكمة العليا قد فسّرت التعديل الرابع لحماية الأفراد ضد أعمال التفتيش والحجز غير المعقولة من قبل الحكومة، فان مفهوم حق الفرد بتركه يعيش حياته دون تدخل في شؤونه من مواطنيه لم ينشأ في التشريع الأميركي إلا في سنة 1890، في مقال بقلم لويس د. برانداايس وشريكه في المحاماة نشرته مجلة هارفارد لو ريفيو بعنوان(«حق الخصوصية»، 4 مجلة هارفارد القانونية 193). منذ ذلك الوقت، اعترفت معظم الولايات بواحد أو أكثر من الأنواع الأربعة المختلفة للإعتداء على الخصوصية التي يمكن أن تشكل أساساً لدعاوى تعويض مدنية: اقتحام العزلة، نشر الوقائع الخاصة، تصوير شخص ما بشكل زائف (ولكن ليس فيها بالضرورة ما هو تشهيري)،أو إساءة استعمال اسم أو صورة فرد لغايات تجارية دون موافقته.

إن دعاوى الإقتحام أو التدخل، ونشر الوقائع الخاصة بالفرد، تشكل التحدي القانوني الأكبر بالنسبة للصحفيين. فهي تمثل تضارباً حقيقياً بين المصالح المجتمعية المتنافسة. مع أن المحكمة العليا قد اعترفت انه «دون بعض الحماية للسعي وراء الأخبار، ستكون حرية الصحافة عرضة للتشوه الشديد» (برانزبورغ ضد هايس، (1972))، أوضحت المحكمة العليا أيضاً أن الصحف غير مُعفاة من القوانين كالتشريعات الخاصة بالتعدّيات الجنائية على الأملاك، التي تطبق عادة على عامة الناس، إلا إذا كان تطبيقها يَحِدّ عن غير حق من ممارسة حقوق

الصحافة الحرة. كذلك، تم الاعتراف ضمناً بحق الأفراد في حياة خاصة من قبل المحكمة. لكن، وبسبب الحماية الواسعة التي يمنحها الدستور للصدق في الكلام، بإمكان المؤسسات الصحفية نشر حتى «الوقائع الخاصة» ولو كانت كريهة جداً دون عقاب إذا كانت قادرة على الإثبات أن الخبر يُشكّل اهتماما أو مصلحة عامة مشروعة.

الحصول على المعلومات الحكومية ومحاضر الجلسات

كانت محاضر جلسات المحاكم في الولايات المتحدة دائماً مباحة للجمهور إنسجاماً مع تقليد القانون الإنجليزي العام. ولم تعترف المحكمة العليا إلا بعد قضية ريتشموند نيوزبايبرز، إنك ضد فرجينيا، (1980) بأن التعديل الأول يعطي حقاً دستورياً للوصول إلى المحاضر الجنائية للصحافة وللجمهور. فكما كتب رئيس المحكمة العليا بورغر: «في المجتمع المنفتح لا يطلب الناس من مؤسساتهم أن تكون معصومة عن الخطأ لكن يصعب عليهم القبول بما هو محرّم عليهم مشاهدته.»

قامت الفروع التشريعية في كل من الحكومة الفدرالية وحكومات الولايات عادة بمعظم أعمالها علناً. لكن الوصول إلى الفرع التنفيذي كان دوماً أكثر صعوبة ومشقة. فكما أن التعديل الأول، قال القاضي بوّتر ستيوارت في خطاب ألقاه في كلية حقوق جامعة يال سنة 1974، - إن التعديل الاول «ليس - قانون حرية المعلومات» («أو حرية الصحافة»، 26 هاستينغس لو جورنال 631، 636 (1975)). وفي سنة 1976، حاول الكونغرس معالجة هذا النقص بسنّه قانون حرية المعلومات الذي أوجد إفتراض السماح بفتح السجلات التي تصدر عن، أو تحتفظ بها الوكالات الحكومية التنفيذية التابعة للحكومة الأميركية، والخاضعة لتسع فئات من الإعفاءات المحددة. أما واجب تبرير منع الوصول إلى الوثائق فيبقى شأن الحكومة. لقد تبنّت جميع الولايات الخمسين أيضاً تشريعات مماثلة تنظم فتح السجلات التي تولدها تنتجها الحكومة الفدرالية والحكومات المحلية.

من هم «رجال الصحافة»؟

يمنع التعديل الأول الكونغرس صراحة من إخضاع وسائل الأخبار بمفردها لقواعد وعقوبات لا تُطبق على غيرها، إلا أن للحكومة في بعض الأحيان، الخيار في الإعتراف ببعض الإمتيازات الخاصة بالصحفيين.

قد يكون ذلك، من الناحية العملية، بنفس بساطة عملية منح المراسلين حق اجتياز خطوط الشرطة في مواقع الحوادث عند إبراز «جواز الصحافة»، أو إبراز إثبات عن نوع عملهم. غير أن المسألة قد تأخذ أبعاداً دستورية، في سياق إمتيازات الإدلاء بالشهادة، وتشابه تلك التي تحمي أعضاء بعض المهن كالأطباء ورجال الدين من إجبارهم على كشف معلومات حميمية تلقوها في نطاق عملهم. ومع أن المحكمة العليا رفضت الإعتراف بامتياز غير محدود للصحفيين بموجب التعديل الأول (برانزبورغ ضد هايس، (1972))، أقرت 31 ولاية والعاصمة واشنطن تشريعات تؤمن درجات متنوعة من الحماية للصحفيين الراغبين في حماية المصادر السرية والمعلومات غير المنشورة، كما منحت معظم محاكم الولايات إمتيازات القانون العام للصحفيين.

لكن، من هو «الصحفي»؟ كانت تلك مسألة تجنبت المحاكم الأميركية الإجابة عنها. فإذا كانت الحكومة قادرة على تعريف من هو مؤهل للعمل كصحفي، فان بإمكانها أيضاً أن تراقب من يجمع وينشر الأخبار. لكن، مع وصول الإنترنت، الذي يتيح لأي كان لديه كمبيوتر واشتراك بالإنترنت أن ينشر رأيه أمام العالم، فكيف يمكن للقانون أن يحدد من هو مؤهل للمطالبة بهذه الحقوق؟ فالإنترنت هو وسيلة تعبر حدود الدول بلحظة وتسمح بنشر المعلومات والأفكار في طرفة عين. لذلك، فان تحديد ما هي المعايير والقوانين التي سوف تطبق على الكلام والمتكلمين الذين يستخدمون الإنترنت لإجراء الإتصالات، سوف يكون التحدي الإجتهادي الكبير للقرن الحادي والعشرين.

الخاتمة

ليس من السهل العيش مع صحافة حرّة. فهي تعني أن يظل الإنسان عرضة للتحدي، والرعب، والتعطيل، والإزعاج، والإهانة - - في كل يوم. وفي بعض الأيام، لا يكون الأميركيون على ثقة كبيرة بأن مؤسسي الدولة اتخذوا القرار الصائب قبل 200 عام عندما تبنوا مبدأ الصحافة الحرة.

من أين تأتي الصحافة الحرة؟ سوف يقول البعض إنه حق إنساني أساسي. لكن التاريخ قد أثبت أنه، باستثناء فترة قصيرة من الزمن، كان هذا حق موضع احتفاء عندما انتُهك أكثر مما كان عندما احتُرم. لقد دُعي جيمس ماديسون عن حق «بأبي الدستور»، وأبي التعديل الأول بنوع خاص، لكن الدستور وشرعة الحقوق لم تكن في أي وقت من الأوقات وثائق ذاتية التنفيذ. فهي تعتمد على قضاء مستقل يفسرها وينفخ فيها الحياة.

فكما ذكّر القاضي بوتّر ستيوارت مرة أمام جمع من المحامين والقضاة والصحفيين، «من أين تعتقدون جاءت هذه الحقوق؟ لم يأت بها طائر اللقلاق! لقد أتى بها القضاة.» (ليويس، «المحاكم لماذا»، 22 مجلة كاردوزو القانونية 133، 145 (2000)).
(lewis.pdf/22n1/www.cardozo.yu.edu/cardirev/v)

خطوات نحو قيام وسائل إعلام حرة، قابلة للحياة ماليا

بقلم تيم كارينغتون ومارك نلسون، معهد البنك الدولي

إن قيام وسائل إعلام حرة ونشيطة، تلك التي ارتبطت بكل الديموقراطيات الناجحة منذ زمن طويل، يبدو أن لها نفس الارتباط الوثيق باقتصادات السوق القادرة على النمو، وتكوين فرص للعمل، وخفض مستوى الفقر.

إن ارتباط وسائل الإعلام النشيطة بالتقدم الإقتصادي قد فصل المسائل المتعلقة بحرية الوسائل الإعلامية وقابليتها للحياة عن مجال النقاش السياسي البحت. ذلك انه إذا كانت الصحافة المزدهرة تبدو وكأنها تسير يداً بيد مع تحقيق نتائج إقتصادية أفضل – بما في ذلك تحقيق بعض الإجراءات مثل خفض نسبة وفيات الأطفال – فإنه يترتب على مؤسسات مثل البنك الدولي وبرنامج الأمم المتحدة للتنمية، والحالة هذه، أن تبدأ بمساندة قيام وسائل إعلامية كأحد العناصر التي تساهم في التطور الاقتصادي والاجتماعي الأوسع.

غير أن التفاعل بين وسائل الإعلام والإقتصاد المترافق معها ليس بالأمر السهل. فوسائل الإعلام تساهم في النشاط الإقتصادي، كما أن حال الإقتصاد نفسه يؤثر على صحة هذه الوسائل. كما يؤثر بصورة مباشرة أكثر بالنسبة لتأثيره على القراء، والمشاهدين، والمعلنين الذين تحتاج إليهم المؤسسات الصحفية لاستقلاليتها المالية. فالتجارب في بلدان مختلفة تبيّن طرق تداخل الصحافة والاقتصاد، إذ أنها تشارك في تطوّره وتستفيد منه في آن – على الأقل بقدر ما تسمح به مع القوانين، والسياسات، والمقدرة التي يتمتع بها مديرو الوسائل الإعلامية.

في بولندا، عانت الجريدة اليومية الكبرى، غازيتا فيبورجا، من السنوات المروعة للأحكام العرفية الشيوعية، حيث كانت تُشغّل المطبعة باليد وتناضل الصحيفة من أجل دعم العاملين لديها القابعين في السجون. وأدت الديمقراطية، إضافة إلى إنهاء الرقابة الحكومية الحديدية، وإعادة الترتيب العام للإقتصاد، إلى تغيير جذري في البيئة المحيطة بنشاط وسائل الإعلام. في منتصف التسعينات من القرن الماضي، تمّت خصخصة جريدة غازيتا؛ وأضافت الجريدة الإذاعة، والتلفزيون، والإنترنت إلى أنشطتها؛ وتوجهت إلى القطاع الخاص النامي في بولندا للحصول على الإعلانات. أجرت زوفيا بيدلينسكا، المحررة في إحدى الصحف التي كانت تعاني من المشاكل في ما مضى، ، بعض العمليات الحسابية في إحدى مراحل توسعها واستنتجت أن أسهمها في شركة الوسائل الإعلامية التي اشترتها في أوائل المرحلة الإنتقالية بأسعار تفضيلية، قد ارتفعت قيمتها بصورة هائلة لتبلغ مليونين وثلاثمئة الف دولار أميركي.

غير أن المؤسسات الصحفية لا تتبع دائماً هذا المسار. ففي كانون الثاني/يناير 1999، أطلق أندرسون فومولاني، وهو مراسل مقدام ومُحرّر من مالاوي، صحيفة «بزنس ووتش»، وهي مجلة فصلية مستقلة تغطي التطورات الاقتصادية والأعمال في الدول الإفريقية الجنوبية التي تحولت إلى الديموقراطية مؤخراً . فهو اقتصد إذ شغل لديه صحفيّين يمروّن بفترة تدريب ولا يتوقعون الحصول على أجور عالية، هذا إن حصلوا عليها، وعمل دون كلل لاجتذاب الإعلانات من القطاع الخاص في مالاوي. لكن، بعد إصدار أربعة أعداد — لم ينجح أي من هذه الأعداد في كسب أكثر من خمسمئة قارئ دفعوا ثمن الأعداد – توقفّت «بزنس ووتش» عن الصدور. وبدلاً من أن يحسب السيد فومولاني كم ازدادت قيمة أسهمه، ظل بعد مرور سنتين على انهيار مطبوعته يراجع الفواتير. قال شاكياً، «حتى الآن لم أنتهِ من تسديد فواتير الهاتف.»

تعاني مالاوي، إحدى أفقر البلدان في العالم، من نسبة مرتفعة للأمية، ومن شبكات توزيع ضعيفة، ومن قطاع أعمال لا يزال خاضعاً للنفوذ السياسي. ففي حين وظّف المستثمرون الأجانب ملايين الدولارات في صناعة الصحافة الواعدة في بولندا، يرى معظم هؤلاء أن الصحف الإفريقية المستقلة المناضلة ببطولة مصدراً لتبديد الأموال حيث تفتقر إلى القراء، والمشاهدين، والقواعد الإعلانية لإنتاج أي مردود، حتى لو اعتدلت القوانين والسياسة كما جرى في بعض البلدان. وتأتي الإعلانات في أحيان كثيرة من الدولة. فحتى الشركات المستقلة قد تتخوّف من إجراءات الحكومة الإنتقامية بحيث تتردد في الإعلان في الصحف التي تنتقد الحكومة.

يؤثر في النقاشات، التي كثيراً ما تكون حامية، حول حقوق ومسؤوليات وسائل الإعلام واقع بسيط كثيراً ما تتجاهله المنظمات الدولية التي تصوغ مشاريع المساعدات: أي أن الوسائل هي عمل تجاري. يمكن للعمل الصحفي، كما تدل على ذلك الحالتان البولندية والمالاوية، إما أن يحقق نجاحات مالية سريعة أو فشلا كئيبا. فهو كأي عمل آخر يتأثر كثيراً بالواقع الإقتصادي المحيط. لكن عليه ان يفعل أكثر من مجرّد ركوب موجة النمو في إجمالي الناتج المحّلي وتقلباته صعوداً ونزولاً. بدلاً من ذلك، تنجم نجاحات وسائل الإعلام عن طريق استراتيجيات تهدف إلى بناء قاعدة من القراء أو السمعة الحسنة، والقدرة على إنتاج الأرباح في عدة ظروف إقتصادية مختلفة.

وبينما يزداد عدد المُحلّلين الذين يعتبرون وسائل الإعلام النشيطة بمثابة «تطور صالح»، يمكنها المساهمة في تحسين محاسبة المسؤولين، ودعم قيام أسواق فعالة، ومجتمعات غنية بالمعلومات، من المهم الإدراك أن جميع هذه الفوائد تعتمد على الاستقلالية المالية لوسائل الإعلام. كما أن هذه الإستقلالية، بدورها، تتأثر بعاملي الاقتصاد المحيط بها والمقدرة الخاصة لمؤسسة الإعلام المعنية التي تمكنها من تحويل بيئة إقتصادية مُعيّنة لصالحها.

البحث عن الإستقلالية المالية

نادراً ما يكون البحث عن الإستقلالية المالية سهلاً. فالضغوط المالية قد تدفع المؤسسات الصحفية نحو المنقذين الذين يؤمّنون سيولتها المالية لكنهم يأخذون بالمقابل ثمناً باهظاً من استقلاليتها. وسائل الإعلام الضعيفة مالياً في الأنظمة الديمقراطية الطرية العود مُعَرضّة للإمتصاص من قبل المصالح السياسية أو الإقتصادية التي تميل إلى تشغيل المؤسسات الصحفية كوحدات للدعاية أكثر منها كمؤسسات أعمال.

كتبت تاتيانا ريبكوفا، التي أسست جريدة أعمال أسبوعية في أول سنوات مرحلة سلوفاكيا الإنتقالية، وأصبحت في ما بعد رئيسة تحرير البرافدا، الجريدة السلوفاكية الكبرى: «في البلدان الشيوعية سابقاً استبدلت الرقابة على الوسائل الإعلامية كأسلوب رئيسي من أساليب تقييد حرية التعبير، بالضغط الإقتصادي إلى حد كبير... هذا أمر جيّد، بالنسبة للإستقلال، وإن لم يتم فهمه على هذا النحو.»

لاقى هذا الشعور صداه في تشرين الأول/أكتوبر 2001 في نشرة إلكترونية على الإنترنت أصدرها «المركز الدولي للصحفيين (http://www.ijnet.org) . يقول هذا التقرير: «إن الوسائل المطبوعة في صربيا تواجه مشاكل اقتصادية هائلة وتفتّش دائماً عن سند مالي. ونتيجة لذلك، «تصبح فريسة سهلة للسياسيين».

هذا ما صّرح به دراغان جانجيتش، رئيس تحرير وكالة أنباء بيتا حول طاولة مستديرة نظمّها معهد الفلسفة والنظريات الإجتماعية.

وأضاف جانجيتش، حسب ما ورد في التقرير، ان التغيرات الكبرى في وسائل الإعلام، لا تظهر إلا عندما تحصل تغيرات كبرى في الإقتصاد. وقال أيضاً، «قبل أن يتحقق هذا، ليس هناك ما يمكن أن نأمله.»

وكما أكدّت شهادة رئيس التحرير الصربي، كثيراً ما تدفع الضغوطات الاقتصادية السائرة نحو الأسوأ المؤسسات الصحفية إلى التفتيش عن ملاذ آمن، الأمر الذي يعني التوجّه إلى السياسيين أو إلى المصالح الخاصة للحصول على دعمها. لكنها، إذا فعلت، قد تُضر باستقلاليتها التحريرية. قد تسجل الصحيفة أو الإذاعة خسائر في أعمالها التجارية، لكن إذا ساعدت في تغيير النتائج الانتخابية، أو في تأمين الأفضلية لقوانين أو تنظيمات معنية مرغومة، فقد يستنتج صاحبها أن وسيلة الإعلام جديرة بالاحتفاظ وتحمل خسائرها.

روسيا : إزدهار وهبوط

ما من مكان ظهر فيه هذا الترابط مع الظروف الاقتصادية المحيطة – وفترات الصعود والهبوط خلال عملية التحول الاقتصادي الشاقة – بشكل صارخ أكثر مما ظهر في روسيا. لقد خبرت البلاد الازدهار في حرية الوسائل الإعلامية خلال أول سنتين بعد سقوط الإتحاد السوفياتي، لكن الثقافة الجديدة هذه للوسائل الإعلامية اصطدمت بالواقع الاقتصادي التعّس الذي تلاها. فخلال هبوط دخل الفرد بنسبة تفوق 50 بالمئة خلال عقد من الزمن، أصاب الركود الإنفاق على الرعاية، ووقعت معظم الوسائل الإعلامية في قبضة رعاة جدد بالغي التسيّس، في القطاعين العام والخاص، الذين استخدموا هذه الوسائل لأغراضهم الشخصية الضيقة.

بعد زوال الاتحاد السوفياتي، سعت معظم وسائل الإعلام الروسية إلى الحصول على استقلالية التحرير، وعلى دعم السلطات الرسمية، أو الرعاية من رجال الأعمال. كانت هذه وصفة للفشل. فلم تكن المدفوعات التي أمنّتها السلطات الحكومية قليلة جداً لتأمين إنشاء شركات صحفية حديثة فحسب، بل أن الاعتماد المستمر على الرعاية المتحزبة لم يأت بما يذكر للمساعدة في قيام صحافة ذات نوعية عالية، أو لإقناع القراء بقيمة الوسائل الإعلامية في البيئة الجديدة ما بعد الاتحاد السوفياتي.

وجدت إحدى مُحللات أنماط عمل وسائل الإعلام الروسية، أيلين ميكييفيتش، من معهد تيري ستانفورد للسياسة العامة بجامعة ديوك، أن مستهلكي هذه الوسائل النموذجيين تكيّفوا بالكامل مع تلك التشوهات: فهي تقول إن القراء والمشاهدين الروس يتوقعون القليل من الدقّة والمصداقية، ويعتقدون بالمفهوم القائل ان «المعلومات ليست في حدّ ذاتها سلعة مستقرة.» فمن وجهة النظر هذه، ينظر الروس إلى ما تنتجه الوسائل بمثابة تكاثر تعددي من التقارير المنحازة، وأنها تقدم فسيفساء من المعلومات يتوجب على المستهلكين انتقاء ما يرونه صادقاً ودقيقاً منها.

تخصص الحكومات المحلية حتى اليوم حصة هامة من موازناتها لوسائل الاعلام، وإذا كانت هذه المساعدات ليست كبيرة من الناحية المالية، إلا انها كافية للتسّبب بالصداع لدى وسائل الاعلام المستقلة المنافسة الذين عليهم الاستمرار في العمل بدون تعاون مالي أو سياسي من جانب الحكومات المحلية. وقد تجد هذه الوسائل المستقلة انه من الصعوبة بمكان المنافسة في كسب المعلنين ضد منافسين يتلقّون مساعدات، تمكّنهم من تغطية قسم من نفقاتهم من الأموال الحكومية وعرض أسعار أدنى على المعلنين.

أما الشركات الصحفية التي لم تصبح تابعة للسلطات السياسية فقد وقعت في قبضة الامبراطوريات المالية وامبراطوريات رجال الأعمال التي ظهرت في روسيا في التسعينات من القرن الماضي. فالقلة المسيطرة مالياً (الأوليغارك)، ذات السمعة السيئة، قامت بإدارة الوحدات الإعلامية بمثابة وسيلة دعائية لمصالح أخرى وليس كمؤسسات تزود معلومات وأخبارا ذات نوعية عالية. وأصبحت الوحدات الصحفية تخوض المعركة بين الأوليغارك والحكومة، كما أن «استقلاليتها» أصبحت مقيدة كونها تعتمد على رضا الجهات السياسية.

رغم ذلك، يقول مدراء الوسائل الروسية ان البلاد تخرج ببطء من أسوأ مرحلة في طورها الإنتقالي، وان وضعها سوف يصبح عما قريب مشابهاً لوضع بولندا أو ألمانيا الشرقية سابقاً. سوف يكون من الهام جداً إقامة اقتصاد أكثر ثباتاً، يترافق مع مقدرة جديدة على بناء قاعدة مالية من الإعلانات الخاصة بدلا من الإكراميات الحكومية أو إعانات الأوليغارك.

الفارق الرقمي، والتخوم الرقمية

مع إزدياد هاجس «الانقسام الرقمي» للعالم، من المفيد الإشارة إلى أن اعتماد التكنولوجيات العالية يتماشى عادة مع الزيادة المفرطة في إنتاج وسائل إعلام ذات تكنولوجيات أدنى. يقول بيبا نوريس في كتابه «الإنقسام الرقمي»: المشاركة الأهلية، ضعف المعلومات، والشبكة العالمية للإنترنت»: «إن البلدان الغنية بالمعلومات كالسويد، والولايات المتحدة، وأستراليا ليست في الطليعة بالنسبة للإنترنت وحسب، بل أيضاً بالنسبة لتوزيع وسائل الإعلام الأخرى مثل قراء الصحف، وأجهزة الراديو والتلفزيون، والكمبيوترات الشخصية، وأجهزة الهاتف الثابتة والخليوية. فلا يوجد فارق مهم بين استخدام وسائل الإعلام القديمة والجديدة؛ إن نسبة الناس المرتبطين بالإنترنت في كل بلد مرتبطة بقوة أكثر بمدى توزيع مزودي خدمات الإنترنت، وأجهزة الهاتف، والكمبيوترات الشخصية، لكنها مرتبطة أيضاً وبقوة بمدى توزيع أجهزة الراديو، والتلفزيون، وعدد القراء في كل بلد. وهذا يعني أن الشعوب التي تعيش في البلدان الأكثر فقراً والمستبعدة من تدفّق الإتصالات في العالم، مثل بوركينا فاسو، واليمن وفيتنام، منقطعة إلى حد كبير عن كل أشكال التقنيات المعلوماتية، بما في ذلك وسائل الإعلام الشعبية التقليدية كالإذاعة والصحف، وكذلك عن الوسائل الحديثة كالهاتف النقال والكمبيوترات الشخصية.»

رغم ذلك، تساعد فرص استخدام الإنترنت بعض الصحفيين على تجنب الرقابة الحكومية المفروضة على الوسائل التقليدية. لقد حصل أحد أكثر التطورات الصحفية مدعاة للإهتمام في العالم، في ماليزيا، التي هي أحد نمور آسيا الاقتصادية حيث تفرض حكومة مهاتير قانوناً يمنع الأخبار «المؤذية عن قصد» ويسمح للحكومة بإقفال المطبوعات «الهدامة». كما أن على جميع المطبوعات الإخبارية هناك الحصول على ترخيص سنوي. ويحدّ قانون التحريض على الفتنة وقانون الأمن الداخلي أيضاً من حرية انتقاد السياسات الحكومية.

لكن الوسائل الجديدة للإعلام التي توفرها خدمات الإنترنت المختلفة تتمتع بوضع شديد الحماية في ماليزيا، التي ترى نفسها كقوة ناشئة ذات تكنولوجيا عالية وتريد تجنّب وقوع قطاع تكنولوجيا المعلومات الناشئ في شباك القيود التي تحيط بالوسائل الإخبارية الرئيسية العادية.

أطلق ستيفن غان، وهو صحفي رائد وجد نفسه أحياناً كثيرة في خصام مع الحكومة، في أواخر سنة 1999، صحيفة على الإنترنت سماها «ماليزياكيني» ونجح في إبقائها منذ ذلك التاريخ محببة لدى عدد قراء يتراوح بين 120،000 و150،000 قارئ. فبعد أن جاء بالمال التأسيسي من تحالف صحافة آسيا الجنوبية الشرقية، وجد غان أن «ماليزياكيني» قد اجتذبت 100،000 قارئ بعد 18 شهراً من بدء العمل فيها، أي بزيادة خمسة أضعاف عّما كان يتوقع جذبه. في هذه الأثناء، حصلت الجريدة على إعلانات خاصة غطّت 50 بالمئة من نفقات تشغيلها.

يتم تشكيل استراتيجية الأعمال في ماليزيا حسب مقياس الواقع الاقتصادي والسياسي، حيث توجد قاعدة إعلانية نشيطة، وحيث يحب المشاهدون القراءة على الإنترنت ما لا يجدوه في الوسائل العادية. من بين الأمور الهامة جداً الإنفتاح الذي أوجدته السياسات المتضاربة للحكومة بالنسبة لكل من الوسائل القديمة والجديدة. يقول غان: «لقد وعدت الحكومة بأنها لن تراقب الإنترنت بينما تواصل رقابتها الشديدة على الوسائل التقليدية.» ويضيف: «إننا نستغل هذه الفجوة». البلدان التي حققت التقدم الأسرع – كالإصلاحيين السريعين في أوروبا الوسطى والشرقية – جعلت من إنشاء وسائل إخبارية فعالة جزءاً مكملاً لقطاعها العام ولبرنامج عملها في الإصلاح الاقتصادي. ولم تكتف هذه البلدان بالإصرار على خصخصة هذه الوسائل وإخراجها من موازنات السلطات القومية والمناطقية، بل تابعت سياسات اقتصادية وتنظيمية تهدف إلى إنشاء بيئة يمكن فيها لمهنة الصحافة – ولنظام اقتصادي قائم على المعلومات – أن تستمر. وقد تعلّمت هذه البلدان أيضاً أن تعيش مع الإنتقادات التي تقول إن الوسائل الإخبارية مُوجّهة لا محالة ضد السلطات العامة، ومدركة أن هذه الانتقادات هي في حدّ ذاتها إحدى الطرق التي بواسطتها تصحّح الحكومات سياساتها وتصلح أخطاءها.

الفوضى ليست خطة عمل تجاري: توجهات عملية حول الأعمال في حقل وسائل الإعلام

ندوة نقاش

يتوجب على مؤسسات وسائل الإعلام في البلدان التي تمر في طور إنتقالي وفي البلدان النامية أن تجد مصادر دخل وأن تحدد غاياتها، في ذات الوقت التي تعمل فيه على إرساء إستقلاليتها وقدرتها الإقتصادية على البقاء، حسب ما ورد على لسان ندوة من الخبراء.
تعمل حكومة الولايات المتحدة، وعدد مختلف من المؤسسات الخاصة والمجموعات التي لا تبغى الربح، لأجل مساندة مزيد من الإستقلالية لدى وسائل الإعلام في أنحاء العالم. وهي تقوم بإرسال محترفين في مجال الإعلام من الولايات المتحدة إلى أماكن حول العالم لمساعدة الصحف، والمجلات، ومحطات الإذاعة، ومواقع الإنترنت في تطوير معايير أعلى لمقالاتهم وعملياتهم. فالإستقرار المالي والإستدامة مهمان بنفس درجة أهمية المعايير المهنية والإستقلالية لتمكين هذه الوسائل من مواصلة نقل الأنباء.

جمعت مديرة التحرير إلّن أف. تومي فريقاً مميزاً من هؤلاء المحترفين لمناقشة بعض تجاربهم خلال خدمتهم كمستشارين في عمليات وسائل الإعلام في البلدان التي تمرّ في طور إنتقالي.

عمل وليام ايتش. سيمرينغ كمدرب إذاعي في إفريقيا، وأوروبا الشرقية، وآسيا. وقبل أن ينخرط في هذا العمل الدولي، كان مدير محطة إذاعة عامة ومطوّر برامج. وكان أول مدير للبرمجة في محطة الإذاعة «ناشيونال ببليك راديو»، وهي شبكة إذاعية أميركية.

عمل ديفيد سايمنسون مستشارا في إدارة أعمال في عدد منوع من المطبوعات في أوروبا الوسطى والشرقية، وكان، خلال بداية حياته المهنية في الولايات المتحدة، رئيسا وناشرا لجريدة متفرعة عن شركة تايم، ورئيس العمليات في جمعية الصحافة القومية.
عملت راشيل تومبسون مدربة في إدارة الوسائل الإعلامية في أوروبا الشرقية. وكانت قد عملت أيضاً مسؤولة تنفيذية في شركة أميركا أونلاين، إحدى أكبر شركات الإنترنت في الولايات المتحدة، ومراسلة ومحررة في مطبوعات وسائل الإعلام ووسائل الاتصالات.

أدارت الندوت شارلين بورتر، الكاتبة والمحررة في المجلة الإلكترونية قضايا عالمية بإدارة ندوة النقاش.

سؤال: ما هي الحاجات الأكثر أهمية بالنسبة لوسائل الإعلام التي تحاول تأمين إستقلالية مالية، على الأخص في تلك الحالات التي لا تملك فيها أية تجارب لتوليد الأرباح أو جمع الرساميل؟

سايمنسون: فكرتي الأولى هي انهم بحاجة إلى التغلب على عارض «لا نقوم بذلك أبداً بهذه الطريقة». مثلاً، كنت أبحث في كرواتيا عن فرص الحصول على الإعلانات لوسيلة الإعلام المحلية، وكان الكل يقول، بدءاً من سفارتنا إلى وسيلة الإعلام نفسها: «لا مال هنا، لا يمكن عمل شيء». كانت الشوارع تغص بسيارات المرسيدس، وبي إم دبليو، وفولفو، ونعم، لم يكن هناك مال، أي أن المال لم «يكن موجوداً على الطاولة». هذا لا يعني انه لم يكن هناك أناس سوف يستجيبون للإعلانات.

سؤال: إذن أنت تعزو موقفهم السلبي إلى عدم خبرتهم في الإعلانات الصحفية وبيع الإعلانات؟

سايمنسون: صحيح، كما انه لم يكن عندهم أية خلفيّة، مثلاً، حول كيفية وضع أسعار الإعلان، وكيفية التشجيع على نشر الإعلانات أكثر من مرة واحدة، وكيفية التواصل مع المعلنين المحتملين. كانت العقلية عامة تقول: «إذ جاءت الإعلانات، فسوف نأخذها» وكانوا يقولون: «نحن لا نعمل بهذه الطريقة. فالتسويق ليس جزءاً من ثقافتنا.» لكن إذا كنت ترغب في المنافسة في عالم التسويق، يجب أن يكون ذلك جزءاً من ثقافتك.

تومبسون: حسب تجربتي، كثيراً ما بوشر في إصدار المطبوعات على يد رؤساء تحرير ملتزمين، ومن ثم أصبح تمويل هذه المطبوعات تحدياً حقيقياً. قال لي أحد رؤساء التحرير «لا نريد أن نذهب ونطلب المساعدة». كان يعتبر ذلك شيئاً غير مقبول. إذا كانوا يريدون إنتاجنا، على حد إعتقاده، فعليهم أن يأتوا لمساعدتنا.

سؤال: المعروف عن وسائل الإعلام الغربية مهارتها الجريئة في البيع. هل وجدتم خلال تجربتكم مع وسائل الإعلام التي تمر في طور إنتقالي هذا النقص؟

سايمنسون: هذه المهارة لا وجود لها. كان هناك، في براتيسلافا، مطبوعة أعمال ناجحة جداً. كانت ناجحة لأن الشخصين اللذين أدارها جاؤوا إلى الولايات المتحدة، ودرسوا الأساليب المتبعة هنا، ثم عادوا إلى بلادهم وطبّقوها. كانت هذه هي المؤسسة الإعلامية الوحيدة التي أدركت أن عليها بيع الإشتراكات وأن لا تنتظر حتى يأتي إليها المعلن للاتفاق معها على شراء مطبوعتها. كانا الشخصين الوحيدين اللذين خرجا وأدركا أن النشر في مجال متخصص يمكن أن يكون ناجحاً، وطريقة لكسب المال. لكنهما كانا شخصين غير عاديين.

أصبحت وسائل الإعلام العامة، التي كانت تتمتع سابقاً بالدعم السياسي والحكومي في الدول الشيوعية السابقة، عندما تم وقف الدعم لها، كما الأطفال الرضيعة في الغابات. قال لي شاب قابلته في برنامج تدريب في بيلاروس (روسيا البيضاء): «لا تعلميني ذلك، أرسلي المال فقط.»

سؤال : صف لنا يا بيل سيمرينغ، تجربتك مع محطات الإذاعة التي تسعى للإستقلال المالي.

سيمرينغ : أولاً، يجب أن تكون في البلاد إرادة سياسية لمساندة الوسائل الإعلامية المستقلة من خلال تشريعات تخص الوسائل وتؤمن الوصول إلى المعلومات، وتحدد ما هو التشهير، وتضمن حرية وسائل الإعلام. ويجب أن يصدر ذلك عن القادة الكبار. فمن السهل في الواقع إقناع السلطات أن من مصلحتها العليا أن تكون لديها وسائل إعلام مستقلة لأنها سوف تخدمها بشكل أفضل.

وعندما تحدث عن وسائل الإعلام المستقلة، أود أن أضيف الوسائل «المحترفة» أو «المسؤولة». فاستقلال الوسائل في ذاته لا يضمن الديمقراطية والمجتمع المدني. ففي العديد من البلدان، تمّت خصخصة الإذاعات فكان كل ما فعلته أنها أذاعت موسيقى الرّوك. حدث ذلك في بودابست، وكييف، وأولانباتور. فهم عملياً لا يقدمون أي برامج إخبارية.

في منغوليا، مثلاً، كسبت الصحف الحرية من الدولة، ثم قالت: «نحن أحرار! نحن أحرار! يمكننا فعل كل ما نريد». لكنها كانت فاقدة للمسؤولية، تنشر الإشاعات والقيل والقال، وهكذا أصبح بإمكان الحكومة تشويه سمعة الوسائل الإعلامية بسهولة، وتقول «أرأيتم، لا يمكن أن تصدقوا ما تقرأونه». وهكذا، فإن هذا النوع من الإستجابة للإستقلالية يُقوّض مصداقية ودور الوسائل كمصدر صادق للأخبار غير المنحازة والضرورية للديمقراطية وللمجتمع المدني.

عندما استلم رئيس وزراء منغوليا الحالي منصبه، قال انه لا يريد أن يرى صحفاً تتعمد الإثارة حيث تنشر صور الأجسام المقطوعة الرأس وقصص الجنس على الصفحات الأولى.

أما بالنسبة للإستقلالية الاقتصادية للوسائل الإعلامية، فيجب أن تكون هناك نماذج وأمثلة لكي يدرك الصحفيون أن بالإمكان القيام بأعمال مربحة ، بحيث يكونوا مسؤولين على استقلاليتهم دون السعي إلى الإثارة.

سايمنسون: أو اللجوء إلى أساليب مشينة.

سؤال: ماذا عن الوضع الذي يضع فيه فرد ثري أو مجموعة اليد على وسيلة إعلام كانت تُموّل سابقاً من قبل الحكومة لاستخدامها لغايات خاصة؟

سايمنسون: لا يجب أن يفاجئنا هذا. ففي تاريخ وسائل الإعلام في الولايات المتحدة، خلال التسعينات من القرن التاسع عشر وأوائل سنوات القرن العشرين، هذا ما فعله الأثرياء. لكن الضغط الشعبي ونضوج المجتمع غيّرا الأمور. في نهاية المطاف، يقرر السوق الحر ما إذا كنت ستستخدم جريدتك كأداة خاصة بك. فإذا لم يشترِ الناس جريدتك لأنها لا تلبي حاجاتكم، فلن يكون لديك قراء، ولن يكون لك صوت.

ثمة شيء أود قوله زيادة على ما قاله بيل: إننا نميل إلى تعريف الصحافة الحرة بأنها توفر لنا الحق بقول ما نريد. ويمكنك القيام بذلك حتى في البلدان التي يحتاج فيها الصحفيون إلى ترخيص، لكن هذا ليس هو مفهوم الحرية. للصحافة الحرة حرية جمع المعلومات دونما تدخل، وحرية نشر هذه المعلومات. إن وجهات النظر التحريرية في صحيفة ما ليست بنفس أهمية السماح للناس بالتعرف على الوقائع وثم اتخاذ القرار المناسب.

سؤال: هل يمكن للسوق الحرة أن تطالب المؤسسات الإعلامية أن تكون مسؤولة؟

سايمنسون: السوق تطالب بذلك، لكن لكسب القراء، يحاول المحررون شيئاً آخر. الصحف اليوغوسلافية تنشر صور العراة في الصفحة الأولى التي لا علاقة لها بالأخبار ولا بمسؤولية صحفية مشروعة. قال لي الناشر مرة: «لهذا السبب يشترون جريدتنا، وهكذا نصل إليهم». كان من الصعب أن أقول له ان ذلك لا يفيد وان فيه إهانة للنساء.

جاء هذا الناشر لاحقاً إلى الأمم المتحدة لتغطية زيارة رئيس وزراء بلده، وأخذ معه أعداداً من الصحيفة. نظرت دائرة الصحافة التابعة للأمم المتحدة إلى الصور العارية على الصفحة الأولى وقالت له ان ليست لديه مطبوعة مسؤولة. كانت هذه أول مرة أدرك فيها عمق المشكلة. أما عندما حاولت أنا أن أُحدثه حول الموضوع فظهرت كأني متزمت جداً.

أظن أن هناك أمرا غير مفهوم جيداً في البلدان النامية: فالناس الذين لهم صوت، أو الذين يريدون قول شيء ما، يقومون فعلاً بقوله، لكن ما لا يدركونه هو أن لا أحد سيقرأ ما يقولون إلا متى أدركت الصحيفة ما يريده القراء ومتى لبت حاجتهم. هنا تكمن أهمية المحررين. فالصحفي الأفضل – في الإذاعة، أو التلفزيون، أو الإنترنت، أو الصحف – هو ذاك الذي يستطيع اكتساب شريحة من القراء أو المشاهدين أو المستمعين، وليس الذي يخلق أموراً لإرضاء غروره الذاتي.

سيمرينغ: ذهبت لأول مرة إلى جنوب إفريقيا سنة 1993 قبل الإنتخابات. كانت الإذاعات الأهلية المحلية جزءاً من النضال من أجل التحرر، أي بمثابة إعطاء صوت للذين لا صوت لهم. وانطلاقاً من قناعة الحكومة بأن هذه الإذاعات الأهلية سوف تخدم الديمقراطية بصورة أفضل، فقد أعطت تراخيص فقط إلى محطات الإذاعة الأهلية ابتداء من سنة 1994، وهي السنة التي مُنحت فيها التراخيص لأول مرة، ولغاية 1995.

ذهبت إلى أول ورشة عمل بينما كان الناس يتحدثون عن الإذاعة الأهلية قبل أن تباشر البث. كانوا يقولون: «الآن يحق لأي كان أن يكون في الإذاعة.» وذهبت إحدى هذه المحطات إلى درجة أنها وضعت ميكروفونات في الشوارع وتركت أيا كان يقول ما يشاء.

وعندما بدأت المحطات البث، كان المستمعون يقولون، «كان هذا مُقدّم برامج جيد». أو، «نريد مزيداً من البرامج بلغتنا»، أو إقتراحات مختلفة أخرى. كانوا صريحين جداً في إبلاغهم المحطات عما يريدون الإستماع إليه، كمثال عن كيفية توجيه السوق الحر للبرامج.
أصبحت هذه المحطات بسرعة شديدة التحسس لهذه القضايا وحاولت تحسين النوعية بدلاً من ترك الناس يواصلون الكلام إلى ما لا نهاية.

سؤال: ديفيد سايمنسون، ألم تشهد أنت أيضاً بعض الأحوال الإنتقالية المضطربة نحو الخصخصة خلال عملك كمستشار في بلدان أوروبا الشيوعية سابقاً؟

سايمنسون: أجل، في سلوفينيا، تمّت خصخصة مطبوعة كنت أعمل كمستشار فيها، وأعطي جميع المحررين والمراسلين فيها أُسهماً (في الشركة). أصبح يجتمع هؤلاء ويقيلون رئيس التحرير كل أسبوع لمجرد أنهم أصبحوا أصحاب المطبوعة لذلك. وبدلاً من أن أعلمهم فن التسويق، أمضيت ثلاثة أسابيع لتشكيل مجلس إدارة ولوضع بعض السياسات التشغيلية. فالخصخصة كانت مشابهة في هذا الوضع للفوضى ولا يمكنك أن تضع خطة عمل أو أية خطة أخرى مع الفوضى.

سؤال: لنعد لبعض الوقت إلى مسألة إرساء قابلية الاستدامة مالياً . بيل سيمرينغ، كنت تستعد لإعطائنا الأمثلة عن بعض هذه الأساليب التي لاقيتها بينما كنت تعمل كمستشار لمحطات إذاعة تصارع لتصمد في أنحاء مختلفة من العالم.

سيمرينغ: ذكر ديفيد انه رأى سيارات المرسيدس في كرواتيا كدليل على وجود المال اللازم في ذلك المجتمع لمساندة الإعلان في وسائل الإعلام. طبعاً، ليس في صحراء غوبي (بمنغوليا) أي سيارة مرسيدس؛ هناك فقط رعاة، وحيوانات، وبعض سيارات الجيب. لكن هناك أعمالا صغيرة في المراكز الإقليمية. عندما ذهبت إلى هناك لأول مرة قبل سنتين لزيارة محطة إذاعية، اعتقدت أن ما من سبيل لها لجمع المال من خلال الإعلانات. لكن عندما عدت هناك في أيلول/سبتمبر كان لديهم إعلانات في الإذاعة يقول فيها أحدهم: «لدي لبن فرس بـ 15 سنتا لليتر الواحد. اتصلوا بي على العنوان التالي». أو، «أود القيام بنزهة على ظهر جواد في أولان باتار». أو، «لقد فقدت عدداً من خيولي».

سايمنسون: مثل الإعلانات المبوّبة على الراديو.

سيمرينغ: تماماً. يحصلون على ثلث دخلهم من مثل تلك الإعلانات. لديهم شخص بائع في السوق يجمع هذه الإعلانات من التجار أو أي شخص يلتقيه. صحيح أن هذه الإعلانات صغيرة لكن نطاقها الصغير يفيدهم.

سؤال: هل تعني أن قسماً كبيراً من إعلاناتهم لا يأتي من الشركات التجارية وقطاع الأعمال كما نفكر نحن في الغرب، بل من الأفراد الذين يبيعون حليب الفرس، أو يريدون القيام بنزهة على ظهر جواد؟

سيمرينغ: أجل، هذا صحيح، لكن هناك معلنين من رجال الأعمال كما نعرفهم نحن أيضاً. واحدة من بين أنجح الشركات التجارية هي شركة تنتج البوظة – اسمها: سيمبا آيس كريم كومباني. يضعون قطعة نقدية في أحد أكواز البوظة حتى إذا ما وجد أحدهم القطعة، يذهب بها صاحب الحظ هذا إلى محطة الإذاعة ويحصل على جائزة. قد تكون هذه الجائزة ملابس رياضية، أو كرة السلة، أو مسحوق تجميل للمرأة. ثم يعيدون استخدام القطعة النقدية، كان هذا العمل ناجحاً لدرجة أن شركة البوظة المنافسة جاءت إلى المحطة لتشتكي. «لم يعد أحد يشتري البوظة التي نبيعها». كان الإعلان فعلاً ناجحاً جداً.

لننتقل إلى محطة أخرى تعمل في الشمال في درخان، في منغوليا، بموازنة تبلغ ألف دولار أميركي في السنة، انهم يعملون كثيراً على أساس المقايضة. يقع مركزهم في أحد المباني السكنية العالية التي تعود إلى العهد السوفياتي السابق. لقد قايضوا بضائع أخرى للحصول على التيار الكهربائي والهاتف. ولديهم إتفاق مع المستشفى لتأمين العناية الصحية لموظفيهم. لقد تحدثت إليهم حول التمويل عن طريق إصدار الأسهم أو السندات، كما هي الحال عندنا بالنسبة للإذاعات العامة في الولايات المتحدة، فقالوا «لدينا هكذا إتفاق مع جمعية المستأجرين في شقق البناية». فسألت، «ماذا تحصل جمعية المستأجرين»؟ فأجابوا، «نذيع أسماء المستأجرين الذين لا يسددون بدلات الإيجار.»

تومبسون: كنت أعمل مع وكالة أنباء محلية في مولدوفا، إلى الشمال من شيسيناو، قرب مدينة بالتي. من ناحية عامة، الأخبار الاقتصادية – أخبار قطاع الأعمال – هناك سلعة ذات قيمة كبيرة، وقد أدركت هذه الوكالة ذلك. لكن بما أن الوكالة كانت موجودة خارج العاصمة، لم تكن تتمتع بموقع مناسب جغرافياً لتلقط الأخبار حول ما يجري في الحكومة، وفي المصارف الرئيسية، وهلمّ جرا.

كانت في مدينة بالتي نسبة متنامية من النشاط الاقتصادي، لكنه كان من الصعب على المراسلين جمع المعلومات ووضعها ضمن سياق مفيد لرجال الأعمال في المنطقة. وكما تبيّن لوكالة الأنباء أن الرسميين الحكوميين ورجال الأعمال أنفسهم، لم تكن لديهم إلاّ معلومات قليلة جداً. فلم تكن هناك تقليد بالنسبة لتبادل المعلومات حول النشاط الاقتصادي، كما أن قطاع الأعمال الصغير الحجم لم يكن قد أدرك بعد كيف يمكنه استخدام الأخبار المتعلقة بالنشاط الاقتصادي لمصلحته.
كانت الوكالة جريئة ومقدامة، وبدأت تعمل مع جمعية التجار المحلية لتدريب صغار رجال الأعمال في العمل مع العاملين في حقل العلاقات العامة ليعلّموهم كيفية عقد مؤتمر صحفي أو ما شابه. كانوا يتوجهوا خارج نطاق العمل الصحفي لتعليم قرائهم ولخلق سوق حر لمنتجاتهم.

اعتبرت أن هذا عمل جريء للغاية، لكنه أثار أيضاً بعض دواعي القلق. ففي البيئة المثالية للعمل الصحفي، يتجاوز المرء المؤتمر الصحفي. فيذهب إلى أبعد منه ويجد معلومات أخرى. فالإنخراط في العلاقات العامة حمل معه إمكانيات الوصول إلى طاقات كامنة بحيث يتوجه الصحفي إلى أبعد من عمله الرئيسي، إلى أبعد من تركيزه على نقل الأخبار.

سايمنسون : إذا أردت أن تنجح إقتصادياً، عليك أن تفي بحاجات الناس، حاجات القراء والمشاهدين. هذا صحيح بغض النظر عن أي نوع من الوسائل التي تعمل فيها. ما حصل في أحيان كثيرة في البلدان الشيوعية السابقة في أوروبا هو أن عمليات وسائل الإعلام كانت قد بدأت كأصوات مضادة للحكومات. وكانت أحياناً سلبية للغاية. فخلال عملي مع الصحف في كرواتيا سنة 1999، طرحت عليهم السؤال التالي: «ماذا سيحدث بعد أن يرحل (الرئيس السابق فرانجو) تودجمان»؟ كان من المعروف انه يعاني آنذاك من مرض السرطان. أجابوا، «ماذا تقصد؟» لم يكن لأحد أن فكر في الموقف الذي ستتخذه الصحيفة، أو من ستدعم أو تعارض، عندما يموت.

في سلوفينيا، في الصحيفة التي ذكرت حيث سادت الفوضى، هبط التوزيع من 100،000 إلى 27،000 نسخة خلال سنتين لأنهم كانوا لا يزالون يدعون إلى الإستقلال الذي كان قد حصل قبل سنتين. رفضوا التركيز على حاجات البلاد بعد سنتين، كما أن هذه الحاجات كانت قد تغيّرت. لم يبق لهم علاقة بالأحداث الجارية كما كانوا في السابق.

غالباً، ما يتجاهل القائمون على الوسائل الإعلامية ضرورة التعرف على ما هو مفيد لقرائهم أو مشاهديهم. وهذا هو الفرق بين العمل للنجاح في السوق والكتابة لمجرد اللذة الذاتية.

سيمرينغ : عليك أيضاً أن تفكر في كيفية أن يكون لسلعتك دور في مساعدة المجتمع الأهلي والاقتصاد. ففي سوويتو، الضاحية السوداء غرب مدينة جوهانسبيرغ في جنوب إفريقيا، كان لدى الإذاعة الأهلية المحلية في سوويتو محل بيتزا يقوم بدور الراعي لها. كان هذا المحل ناجحاً جداً وذلك نتيجة للإعلانات في الإذاعة التي مكنته من فتح محل ثان له.
ثمة طريقة أخرى لجمع المال أردت ذكرها: ساند برنامج شبكة وسائل الإعلام التابع لمعهد المجتمع المنفتح، جمعية الصحف الإقليمية في مولدوفا لتمكين تلك الصحف من تقديم عروض بيع جماعية للمعلنين، وقد مكّنهم ذلك من زيادة المبالغ المالية الواردة من الإعلانات بنسبة كبيرة لهم جميعاً، بالمقارنة مع بيع الصحف في الشوارع. بعدها، ساعدهم معهد المجتمع المنفتح على دفع أجور ملاحق الصحف التي تقدم التقارير التحقيقية التي كانت تنشرها الصحف مرة كل شهر.

مع تطور الجمعية، التي كانت مسؤولة عن تقديم المساعدة على الصعيدين الإقتصادي والصحفي، إستفادت أيضاً جميع الصحف. لكن غالباً، ما تكون بعض هذه الجمعيات غير فعّالة. وهم بحاجة إلى رؤيا جديدة وإلى قيادة جديدة.

تومبسون : خلال عملي في كييف، رأيت الإتصالات المناطقية تنمو، ورأيت الناس العاملين في الصحف ومواقع الإنترنت يعملون معاً لتعليم المعلنين، ولتبادل الخبرة حول وضع أسعار الإعلانات، وحول أفضل الطرق لذلك. وكلما حصل المزيد من ذلك يعتبر جيد، لأنه يساعد ربما في بناء الإقتصاد في المناطق. إنه قيّم جداً.

سؤال : الذي يدهشني عندما أسمع هذه النوادر من هذا العدد الكبير من البلدان حيث سبق لكم أن عملتم هو الإبداع. لقد لاقيتم بعض الحلول الإبداعية الرائعة التي لا وجود لها في أي مكان في النموذج الغربي. هل لا تزال وسائل الإعلام في تلك البلدان تجد طرقاً جديدة تماماً للقيام بعملها؟

سايمنسون : أجل، لكن من الضروري القول إن جميع تلك الأشياء الرائعة التي نتحدث عنها لا يمكن أن تنجح إذا كانت هناك تدخلات حكومية. انه جزء هام من الرسالة. فالحاجة إلى وسائل إعلام حرة دون أي تدخلات حكومية مهمة جداً . ففي كل مرة تريد الحكومة وضع قوانين تنظيمية على أي شيء، يصبح الأمر خطيراً.

عندما كان فلاديمير ميسيار رئيساً للوزراء في سلوفاكيا، كانت الحكومة تقرر أين تطبع الجرائد. فإذا كانت الجريدة تعارض ميسيار، كانت الحكومة تسحب الجريدة من مطبعة أوفسيت حديثة وترسلها إلى مطبعة قديمة يعود تاريخها إلى سنة 1909. فجأة تخسر الجريدة إعلاناتها من شركات السيارات كما تخسر جميع الشركات التي كانت تتطلب إخراجاً جيداً لإعلاناتها. وكانت الحكومة تنكر أية مسؤولية بالنسبة لانخفاض دخل تلك الجريدة المعارضة.

في مثل هذا النوع من الجو، تتعرض وسائل الإعلام الحرة للخطر.

سيمرينغ : لكن إذا حاولنا التشديد على ملاحظاتك حول الإبتكار، فثمة إبتكار هناك، كما أن على الذين يذهبون منا إلى هناك كمستشارين لمؤسسات وسائل الإعلام في الدول التي تمرّ بطور إنتقالي أن يعترفوا بذلك، وأن لا يحاولوا فرض النموذج الغربي. فهو لا يناسب. فإذا نحن أعطيناهم مبادئ التغطية المنصفة، والدقيقة، والمتزّنة للأخبار، ولممارسات العمل السليمة، فانهم سوف يبتكرون مبادئ عملانية تناسبهم أكثر.

إننا نعطيهم الأدوات لبناء هيكلية، ونبين لهم المواد التي تصلح والتي لا تصلح للنشر. أنا أبدأ دائماً بتصريح عن المهمة المعهودة إلي، لأنه يجب أن تكون لدينا رؤيا معينة عما تستخدم وسائل الإعلام من لأجله. قد تنجح في تحقيق أرباح، لكنك بحاجة إلى خدمة مصالح بلدك ومجتمعاتك.

سايمنسون: أعتقد أن رسالة وسائل الإعلام هي إحدى أقل الأمور فهماً في الأسواق الناشئة. أتذكر مرة كنت أنظر إلى بيان عن الأرباح والخسائر في مؤسسة نشر ناجحة جداً وسألت عن رسالة المؤسسة. أجابوا: «أن تكون مربحة». قلت لهم: «انظروا، سوف تربحوا لو توقفتم عن إصدار المجلة الملحقة، فالجريدة هي التي توفر لكم الأرباح». قالوا انه لا يُمكنهم أن يفعلوا ذلك، وكان علي أن أجيب: «إذن، فالربح ليس رسالتكم.»

سيمرينغ : سأقول فقط إن الإنسان بحاجة لأن تكون لديه رسالة واضحة، وشعور عميق بأهمية المعلومات في مجتمع حرّ. فالتزام الدقة والحقيقة يجب أن يكون شبيها بالثقة المقدسة التي لدى الطبيب. إن تزويد القراء والمشاهدين بالمعلومات التي يمكنهم الوثوق بها هو واجب مهني.

فالبقاء على صلة وثيقة بالقراء والمشاهدين هو أيضاً ضروري، لأن عليك أن تحصل منهم على الاستجابة وأن تبقى على اتصال معهم. فهم يغذّون ويُعلمون رسالتك.

فالتحدّي هو أن نقدم المعلومات بطريقة جذّابة بحيث ترغب الناس في سماع وقراءة ما يحتاجون لمعرفته.

سيمرينغ، وسايمنسون، وتومبسون شاركوا في النقاش هذا في مكتب برامج الإعلام الدخارجي في واشنطن، العاصمة.

الصحافة وخدمة الصالح العام

بقلم وليام ف. وو، أُستاذ زائر في الصحافة المحترفة
جامعة ستانفورد

إن السعي الدؤوب للحصول على الأخبار وتقديمها بصورة مستقلة هو الطريقة التي تخدم بها الصحافة الصالح العام. على برامج، ودوائر، وكليات تعليم الصحافة أن تصبح المواقع التي تترعرع هفيها ذه المفاهيم وتتم حمايتها، والدفاع عنها دون ككل.

سنة 1892، عرض صاحب الرؤى البعيدة جوزيف بوليتزر، صاحب جريدة نيو يورك وورلد، على جامعة كولومبيا المال اللازم لإنشاء أول كلية للصحافة في العالم. وقد اقتصر كل ما كان يوجد من برامج لتعليم الصحافة في ذلك الوقت، إن كان في الولايات المتحدة أو غيرها، على بعض المحررين والمراسلين من ذوي الخبرة الذين كانوا يقومون بنقل وتلقين بعض قواعد وأدوات المهنة. وقد بدت فكرة بوليتزر آنذاك بعيدة المنال.

تساءل الناس، ما هي حاجة أي جامعة لتدريب صحفيين؟ فهؤلاء ما كانوا، في نظر العامة، إلاّ مجردّ أناس تعساء مُلطّخة أيديهم بالحبر، يمارسون ما كان يُعتبر، في أحسن الأحوال، حرفة يدوية يتعلمها الإنسان بالممارسة. كانت الفكرة القائلة بان الصحفيين ينتمون إلى مجتمع من الأدباء والعلماء تبعث على السخرية. وقد رفض أمناء جامعة كولومبيا يومها العرض.

لكن بوليتزر، الذي يرتبط إسمه اليوم بأهم جائزة صحفية في الولايات المتحدة، هي جائزة بوليتزر، ثابر على الفكرة، ونشر سنة 1904، مقالاً بعنوان «كلية الصحافة» في مجلة ذي نورث أميركان ريفيو، عرض فيه قضيته في سبيل تعليم فنون الصحافة. كتب بوليتزر يقول: «إن جمهوريتنا وصحافتها سوف تنهض أو تنهار في نفس الوقت. فالصحافة القديرة ، النزيهة (المتجردة)، التي تهتم بالصالح العام، والمتمتعة بعقول ذكية مُدرّبة لمعرفة ما هو صائب، والتي تملك الشجاعة لتحقيقه، بإمكانها المحافظة على تلك الفضائل العامة التي بدونها تكون الحكومة الشعبية التمثيلية صورية، ومدعاة للسخرية. فالصحافة المتهكمة التي تُشكّك بالفضائل البشرية، والمرتزقة، والغوغائية سوف تنتج مع الوقت شعباً خسيساً مثلها. فسلطة صياغة مستقبل الجمهورية (الأميركية) ستكون في أيدي صحفيي الأجيال القادمة.

قبلت جامعة كولومبيا المال من بوليتزر، لكن قبل تمكنها من افتتاح الكلية بوقت قصير، سنة 1912، وإطلاق اسمه عليها، توفي بوليتزر؛ وكانت جامعة ميزوري في هذه الأثناء قد بدأت بتأسيس أول كلية للصحافة. يعتبر تعليم الصحافة اليوم أمراً بديهياً. ففي الولايات المتحدة وحدها هناك أكثر من 450 برنامجا، ودائرة، وكلية لتعليم الصحافة والإتصالات العامة. وفي سنة عادية، تُخرّج هذه المؤسسات حوالي 40،000 طالب يتسلّمون شهادات البكالوريوس والماجستير.

سأُحاول، في هذا المقال، التطرق إلى ثلاثة مواضيع. يعالج الموضوع الأول تطور ووضع تعليم مادة الصحافة، ويبحث الثاني في بعض التغيّرات العميقة في الصحافة التي تثير أسئلة مقلقة حول مستقبلها. أما الثالث، فيلقي نظرة جديدة على رؤية جوزيف بوليتزر ويُبين أن لتلك الرؤية أهمية فائقة اليوم للصحفيين ولتعليم الصحافة .

عندما أسست جامعة ميزوري كلية الصحافة لديها، وجدت أن عليها اختراع هيئة تدريس. ولهذا، ومنذ البداية، شدّدت الجامعة على أهمية الخبرة العملية. وهي تثابر في هذا التركيز، وان كانت مثلها مثل معظم كليات الصحافة الحديثة اليوم، تعلمّ أيضاً التاريخ، والعلوم النظرية، والأبحاث، وتشكيلة واسعة من المواضيع الأخرى. لكن تركيزها الأساسي يبقى على التجارب العملية، وقد أصبح المثال المحتذى في غيرها من الجامعات.

وبمرور الزمن، أدركت الكليات ان تعليم نقل الأخبار والكتابة لا يكفي. فهي كانت بحاجة إلى مدرسين ومدربين من حملة الشهادات العالية، قادرين على إدارة الأبحاث وتطوير نظريات في فن الصحافة. واحتاجت الكليات إلى هيئات تدريس تملك مهارات في أصول التعليم. وشيئاً فشيئاً تحولت النظرة إلى الصحافة بحيث اعتبرت أحد الفروع ضمن اختصاص علم الاتصالات.

كثيراً ما وجد العاملون بالصحافة من جهة، والبحاثة العاملون بالصحافة من جهة أخرى أنفسهم في موقعين متواجهين، يتمثل في الانشقاق المتزايد والمثير للخلاف القائم بين فئتين. فقد نظر بعض الصحفيين العاملين بازدراء إلى زملائهم من خريجي الكليات حاملي شهادات الدكتوراه الذين يعتمدون أساليب العلوم الإجتماعية وتعبيراتهم المتخصصة، معتبرين أنها تصلح أكثر للأبراج العاجية منها «لعالم الصحافة الحقيقي». وبلغت الأُمور لدى بعض البحاثة أنهم اعتبروا الصحفيين مجرد حرفيين، وما يسمى «بعالم الصحافة الحقيقي» بمثابة مواقع لصناعة بدائية يجدر بالمؤسسات الأكاديمية التخلي عنها.

أما المسألة التي قام حولها هذا الخلاف، فكان السؤال القديم حول ما يجب أن يكون عليه تعليم الصحافة. هل يكون في الممارسة العملية في معظمه؟ أم بالنظريات؟ أم بخليط من

الإثنين؟ هل الهدف هو إنتاج شهادات دكتوراه أو، كما كان يتصّور بوليتزر، إنشاء أجيال المستقبل من المراسلين والمحررين؟
مع مرور السنين، أصبحت كلية الصحافة التي تبرع بها بوليتزر لجامعة كولومبيا، إحدى أفضل أماكن التدريب في أميركا للمراسلين والمحررين. كان حجر الأساس في منهجها التعليمي مقررات دراسية صارمة إلزامية للتدريب في عملية إنجاز التقارير الصحفية.
لكن في منتصف عام 2002، وبينما كانت الكلية تبحث عن عميد جديد، توقف فجأة لي بولينغر، رئيس الجامعة عن البحث. كانت هناك حاجة إلى مزيد من التفكير. قال : «إن تعليم مهنة الصحافة هو هدف قيّم، لكن من الواضح أنه غير كافٍ بحد ذاته في هذا العالم الجديد وفي إطار عمل جامعة عظيمة.»
كان هذا أمر مذهل. هنا في جامعة كولومبيا، القلعة الأولى لتعليم الصحافة التي توفر الكفاءة المهنية، يعلن رئيس الجامعة أن تعليم مهنة الصحافة غير كافٍ.
بعد مرور مئة عام على دعوة جوزيف بوليتزر لإنشاء كليات صحفية، لم يتم التوصل حتى الآن إلى إتفاق حول ما يجب ان يكون عليه تعليم مهنة الصحافة. لقد تمت الإجابة بشكل قاطع عن ما إذا كان يجب على الجامعات أن تعلّم مهنة الصحافة، لكن ما لا يزال بعيداً عن الحل هي الأسئلة حول الأسباب الداعية إلى تعليم الصحافة وما هو نوع التعليم الواجب اتباعه.
خلال معظم القرن العشرين، تمتعت الصحف بوضع مُميّز. ذلك انه لم يكن لها، باستثناء الصحف الأخرى، منافسون ذو شأن. كانت الصحف مصدر البلاد الرئيسي واليومي للأنباء والإعلانات. وكان الناس يقولون : «أنا أعلم فقط ما أقرأه في الصحف.»
إنما خلال العقود التي تلت الحرب العالمية الثانية، حدثت ثلاثة تطورات كان لها أعظم الأثر على الصحافة. وكان من المحتوم أن تؤثر في تعليم الصحافة.
كان التطور الأول ظهور منافسة جدّية حولت اهتمام الناس وأموال الإعلانات بالصحف. فالتلفزيون، ومن بعده بفترة طويلة، الإنترنت، وكذلك التفجر المتكاثر في عدد المطبوعات المتخصصة اقتطعت بعمق من قراء الصحف التقليدية ومن مصادر دخلها. فلم يوفر هؤلاء المنافسون طرقاً جديدة للحصول على المعلومات فحسب، بل أعطوا الجمهور وجهات نظر مختلفة، فهبط عدد الناس الذين يمكنهم القول، «أنا أعلم فقط ما أقرأه في الصحف». وتراجعت الثقة العامة بالصحافة.
كان الأثر الثاني على الصحافة ديموغرافيا. فبعد الحرب، وبدءاً بالجنود من الرجال والنساء العائدين منها والذين دخلوا الجامعات، أصبح الشعب الأميركي أكثر ثقافة وطالب بنوع مختلف من الصحافة – نوع يملك مجالا أوسع من المعلومات ومدى أكثر من الاهتمامات . نمت الضواحي السكنية، على حساب مراكز المدن. وحلت مراكز التسوق المتعددة محل المحلات الكبرى داخل المدن، والتي كانت تُشكّل الأسس للمداخيل الإعلانية للصناعة الصحفية. وبدأت تحتضر الصحف المسائية التي توزعها الشاحنات بصعوبة في ساعات ازدحام السير. والأدهى، أن وتيرة الحياة العصرية حرمت الناس من الوقت الكافي للقراءة، فتحولوا إلى الوسائل الناشئة كالتلفزيون للحصول على الأخبار، بل وأكثر للترفيه.
أخيراً، وفي بداية الستينات من القرن الماضي، وجدت بعض المؤسسات الإخبارية في وول ستريت، أو أسواق الأسهم المالية، مصدراً جديداً للتمويل الرأسمالي. ففي حين كانت ملكية الأكثرية الكبرى للصحف الأميركية، قبل الحرب العالمية الثانية، فردية ومستقلة، أصبحت القاعدة الآن الملكية العامة لسلسلة متعددة من الصحف، تسيطر عليها شركات كبرى.
وهكذا، وفي بعض الحالات، أصبح مقياس نجاح المؤسسات الإخبارية يُقرر في أسواق الأسهم التي كانت تهتم بالأرباح الفصلية، وليس بالنوعية الصحفية. وقد أدت ضغوطات السوق المالية إلى هبوط الإستثمارات في العمليات الصحفية، كما أن أولوية العمل الصحفي، ضمن الأولويات المختلفة للمؤسسات الإخبارية الكبرى تخطته أولويات أخرى. فعندما قام المدراء التنفيذيون لمؤسسة غانيت، وهي مالكة لأكبر سلسلة من الصحف في أميركا، بمقابلة محللي السوق المالي في بوسطن، قبل بضع سنوات، لم يذكروا ولا مرة واحدة عبارة صحافة في عرضهم الرسمي لأوضاع المؤسسة.
ابتلعت الشركات المختلطة الكبرى المؤسسات الأصغر منها. ففي نهاية القرن العشرين، كما يروي بن بغديكيان، في الطبعة الأخيرة من كتابه احتكار وسائل الإعلام، أن معظم ما يقرأه الأميركيون في صحفهم ويشاهدونه على شاشات التلفزيون هو من إنتاج حفنة صغيرة من الشركات الماردة.
ماذا يعني كل هذا بالنسبة للمؤسسات الإخبارية والجامعات؟
لعل من المفيد التذكير بكلمات جوزيف بوليتزر في مجلة نورث أميركان ريفيو: «جمهوريتنا وصحافتها سوف تنهض أو تنهار في نفس الوقت ... فالصحافة المتهكمة، والمرتزقة، والغوغائية سوف تنتج مع الوقت شعباً خسيساً مثلها.»
ما كان يقوله بوليتزر هو أن الصحافة ليست مجّرد طريقة لكسب المال أو توفير التسلية. إنها تخدم الصالح العام. فالحكومة الشعبية التمثيلية الفعالة، كما كتب، كانت تعتمد على «الصحافة النزيهة (المتجردة)، التي تهتم بالصالح العام، والمتمتعة بعقول ذكية مدربة لمعرفة ما هو صائب، والتي تملك الجرأة لتحقيقه.»

وحتى قبل وجود التلفزيون والإنترنت، لم يكن كل الجسم الصحفي يهتم بالصالح العام، وكان من السهل العثور على المتهكمين والمرتزقة. لكن خلال العقود الكثيرة التي كانت الصحف خلالها ملكاً خاصاً، أصبحت للمهنة آدابها الأخلاقية الخاصة بها: الصحافة قامت لخدمة الناس. وكثيراً ما كان يُنظر إلى هذا الأمر باستخفاف. ولكن رغم ذلك توصل الصحفيون إلى اعتبار أنفسهم السلطة الرابعة، المستقلة عن مراكز السلطة

الخاصة والعامة. كانت رسالتهم الكشف عن الأُمور؛ وشرعتهم الموضوعية؛ والتحقق؛ وعقيدتهم حق الشعب بالمعرفة.
كل هذه الأقوال قابلة للتحليل النقدي، لكن الصحفيين ظلوا لزمن طويل متوافقين حولها. كانت كليات الصحافة تعظ بها. وقد بقيت هذه المبادئ المثالية، أكثر من أي شيء آخر، ترتكز إلى صناعة مستقرة كانت تعرف ذاتها.
لكن، إذا سألت اليوم أي غرفة أخبار أو طلاب إحدى الحصص الدراسية، ما هي الصحافة؟ ما هو نوع العمل الذي يقوم به الصحفيون أو يُدربون لأجله؟ فلن تجد إجماعا. سوف يقول البعض انه مجال أعمال نقل المعلومات، وسيقول غيرهم انه مجال الأعمال الترفيهية، أو أعمال الأخبار، أو أعمال كسب الأرباح.
الجواب الأفضل، كما كتبتُ مؤخراً في ذي نيمان ريبورتس، وهي مجلة فصلية عن الصحافة تصدرها جامعة هارفارد، يتطلب منا العودة إلى المبادئ الأولى، والتساؤل عن الغاية من العمل الصحفي وعن تعليم فن الصحافة.
في ذلك المقال، الذي سأورد منه مقاطع في الخاتمة، رأيت أن غاية العمل الصحفي ليس مجرد القيام بعمل صحفي، تماماً كما أن علم الجراحة لا يُشكّل فقط إجراء عملية جراحية، أي شق الجسم وإعادة تقطيبه من جديد. غاية الجراحة هي المداواة والشفاء.
كذلك، فان غاية الصحافة أكثر من مُجرّد نقل الأنباء وكتابة القصص الإخبارية، وان كانت المهارة والكفاءة لذلك ضرورية، على غرار الجراحة. إن هدفها له علاقة بأمر أساسي أكثر هو، على ما أعتقد، خدمة الصالح العام.
إن السعي الدؤوب للحصول على الأخبار وتقديمها بصورة مستقلة هو الطريقة التي تخدم بها الصحافة الصالح العام، وهو مفهوم يتجاوز الأنظمة السياسية. فهذه الأنظمة هي، في نهاية المطاف، وسائل فقط لأهداف الديمقراطية وهي بالنسبة للأميركيين الوسيلة السياسية للحرية.
كذلك، فان الصحافة ليست غاية في حد ذاتها، بل هي الوسيلة المهنية التي يستطيع بواسطتها المراسلون والمحررون خدمة الصالح العام. انهم يحققون ذلك بتأمين الأخبار والمعلومات التي يحتاجها الناس الأحرار لاتخاذ القرارات السياسية، والإقتصادية، والإجتماعية، والشخصية.
عندما قال رئيس جامعة كولومبيا بولينغز أن تعليم «مهنة الصحافة هو هدف قيّم لكن من الواضح انه غير كاف» أثار مسألة مفيدة. فالصحفيون الشباب الذين يجهلون الإطار الإجتماعي، والتاريخي، والنظري لمهنتهم محكوم على حياتهم أن تكون سطحية. كما أن الصحفيين الذين لا يفهمون إلا النظريات، والتاريخ، وآداب المهنة، وقانون الصحافة لا فائدة منهم بنفس القدر أيضاً. ولا يمكن لأي من هاتين الفئتين خدمة الصالح العام.

السؤال عما إذا كان أمر تعلم فنون المهنة أو المعرفة الأكاديمية الواسعة، هو الغاية الجديرة والكافية «لجامعة عظيمة» لا يبدو لي أكثر صلة بالمسألة من السؤال عما إذا كان من الأفضل للشباب الالتحاق بالجيش أو بالبحرية، بعد أن يكون قد تم اختطاف المؤسسة العسكرية بأكملها من قبل ستة من أسياد الحرب. استخدم عبارة «ستة» عن عمد. فهذا هو عدد الشركات الكبرى الذي قال بن بغديكيان إنها «تسيطر على وسائل الإعلام الأميركية»، وتزوّد البلاد بأكثر الأخبار، والتعليقات، وبرامج الترفيه إنتشاراً في البلاد.»
ما هي تداعيات هذا الوضع على العمل الصحفي؟ بعض المؤسسات قد تخرّج صحفيين ذوي مهارة عملية ممتازة، وقد تُخرّج سواها متخرجين أغنياء بفهم التاريخ، والعلوم الإجتماعية، والنظريات. ولكن ما أهمية كل هذا إذا كان أصحاب وسائل الإعلام الأميركية لا يكترثون لأي من هذه الصفات؟
المهمة الكبرى التي تقع على عاتق مدرّسي علوم الصحافة، بالإضافة إلى تأمين التدريب العملي وتوفير المعرفة الأكاديمية الواسعة، تكمن في تزويد طلابهم بالاهتمام الثابت في الصالح العام : كيف تطور هذا الصالح، وما يعنيه لأميركا، كيف يُظهر جلياً أو تتم خيانته في عمل الصحفيين والمؤسسات الإخبارية. إن برامج تعليم الصحافة، والدوائر، والكليات بحاجة لأن تكون المكان الذي تتربّى فيه هذه المفاهيم، وتصان، ويُدافع عنها بلا كلل.
فكما كتبت في نيمان ريبورتس، «الصحافة التي تكون رهينة مستثمريها لم تَعُد صحافة حرة أكثر من الذي يكون رهينة الحكومة. ومن المؤكّد، أن الجامعات الكبرى، وحتى الجامعات الأصغر منها، قادرة على فهم ذلك». ولو كان جوزيف بوليتزر حياً لوافقني على ذلك.

وليام ف. وو هو أستاذ زائر في علم الصحافة المحترفة في جامعة ستانفورد حيث درّس منذ سنة 1996. وكان قبل ذلك مراسلاً ومحرراً لمدة 39 سنة، كان خلال عشر منها رئيس تحرير صحيفة سانت لويس بوست ديسباتش.

الصحفيون الإذاعيون بحاجة إلى التدريب لتلبية الطلب الكبير

بقلم ديبرا بوتر، مديرة نيوزلاب، مركز أبحاث وتدريب

للصحفيين العاملين في محطات التلفزة

يملك معظم الصحفيين الإذاعيين في الولايات المتحدة بعض التعليم الجامعي. ويزداد قول الصحفيين العاملين بأن الاستمرار في تحسين مهاراتهم طوال حياتهم المهنية سوف يخدم المهنة والجمهور في آن.

يُعتبر العمل الصحفي في الولايات المتحدة، في العادة، كأحد العلوم المهنية، لكن ليس فيه الكثير من أوجه الشّبه بالمهن الأخرى، كعلوم الحقوق والطب. فليس في الصحافة تعليم مُتخصص أو إمتحانات دخول، ولا تعلّم مستدام. وعلى الرغم من أن الشبان الأميركيين الذين ينخرطون في حقل الصحافة الإذاعية اليوم درسوا الصحافة على المستوى الجامعي، غير أنهم، بعد دخولهم سوق العمل، قلمّا يحصلون عن أي تدريب إضافي في الصحافة، إلا عندما يسعون لذلك بمفردهم. فالعديد من الصحفيين العاملين حالياً لا يحثون الطلاب، الحصول على شهادة في الصحافة أو في حقل إتصالات متقارب منها، بل يحثّونهم، بدلاً من ذلك، على الحصول على ثقافة واسعة في العلوم والفنون الإنسانية. «إنها إحدى أقل الشهادات فائدة التي يمكنك امتلاكها»، كما يقول عنها مدير الأخبار دايف بوزيك من محطة تلفزيون «كاي سي سي آي — تي في» في ديموان، بولاية آيووا. ويضيف، «أفضّل بكثير أن أرى إنساناً يحمل شهادة بكالوريوس أمضى سنة أو سنتين في الشارع لتغطية الأخبار وفي تعلم كيف يكتب». 1

رغم هذا، يبقى حقل إذاعة الأخبار ميدانا يتنافس فيه الكثيرون، ويجد الطلاب أن امتلاك شهادة في الصحافة يوفر لهم الأفضلية في العمل، على الأقل عندما يبحثون عن أول وظيفة لهم. فقد بيّنت إحدى الدراسات ان حوالي 90 بالمئة من خريجي الكليات الذين يتسلمون أول وظيفة لهم في الأخبار التلفزيونية يكونون متخرجين من برامج جامعية لتعليم الصحافة والإتصالات.

يرغب أصحاب العمل عند توظيف عناصر جديدة في أن تكون هذه العناصر الجديدة جاهزة للعمل فوراً ومباشرة في غرف الأخبار التلفزيونية والإذاعية، حيث يوجد نقص في عدد العاملين فيها. ويعلم مديرو الأخبار أن الطلاب الحائزين على شهادة في الصحافة الإذاعية يعرفون القواعد الأساسية: كيفية تصوير الأحداث، وتنقيح وإعداد صوت وصور الفيديو، والكتابة بأسلوب إذاعي.

ففي الكليات، مثل جامعة ميزوري وجامعة بريغهام يونغ، يكتسب الطلاب التجارب عن طريق إنتاج ونقل الأخبار لنشرة أخبار تلفزيونية يومية. كما تتطلب معظم برامج دراسة الصحافة الإذاعية من الطلاب أن يكملّوا، على الأقل، فترة تدريب عملية واحدة في إحدى غرف الأخبار الإذاعية، الأمر الذي يساعدهم في إنشاء إتصالات شخصية في هذا الحقل وعلى تسجيل سيرة ذاتية تبدو احترافية. يدفع الطلاب في كلية الصحافة بجامعة كولومبيا، أكثر من 30 ألف دولار لمتابعة برنامج تدريب عملي مدته عشرة أشهر، ويعتقد غالبية هؤلاء أن هذا البرنامج يستحق هذا المبلغ. كتب أحد الطلاب، مجيباً عن دراسة أجريت مؤخراً، «جئت إلى جامعة كولومبيا كي أتعلم التفاصيل التشغيلية ولإقامة العلاقات الشخصية التي أحتاجها للنجاح في حقل الصحافة». وأضاف، «أظن أن الكلية تقوم بعمل ممتاز في هذا المجال».

فالصحفيون الإذاعيون المستقبليون لا يحتاجون فقط إلى تعلّم المهارات الأساسية للمهنة، بل يحتاجون أيضاً إلى التدريب للتعامل مع الضغوطات التي يواجهونها في عملهم، وعلى الأخص ضغط الوقت. خلال العقد الأخير، زادت محطات التلفزة المحلية في الولايات المتحدة، عدد ساعات إنتاج الأخبار التي تذاع يومياً، لكن ليس لدى معظمها عدد كاف من العاملين في هذا المجال يناسب ذلك. ويطلب اليوم من المراسلين بشكل روتيني إنتاج أكثر من قصة إخبارية واحدة كل يوم. هذا يعني انهم بحاجة إلى التدريب للتمكن من العمل بطريقة أسرع وأكثر فعالية. وقد وصلت هذه الرسالة بوضوح دون شك إلى ما يزيد عن عشرين أستاذاً أمضوا قسماً من صيف 2002 يعملون في غرف إذاعات الأخبار عبر البلاد. وحيث أنهم جزء من مشروع مؤسسة الإمتياز في التعليم لمدراء أخبار الراديو والتلفزيون، تم إيفاد كل واحد من هؤلاء الأساتذة إلى محطة إذاعية خاصة لمدة أربعة أسابيع للإشتراك بأعمالها بصفة زمالة. وقد دُهش هؤلاء المدرسّون المجرّبون بمدى التغيّر الذي طرأ على المهنة منذ أن تركوا العمل في غرف الأخبار، وكان بعضهم قد تركوا العمل فيها قبل أقل من عقد من الزمن. كان الدرس الأهم الذي تعلمه العديد منهم، انهم كانوا بحاجة إلى دفع طلاّبهم بشكل أقسى لإعدادهم إلى التنفيذ ضمن المواعيد النهائية، والمستمرة دوماً، ليتمكنوا من القيام بكل ما هو مطلوب منهم من أعمال، وكذلك لتحقيق

الحاجات المُجهدة والمتزايدة للعمل في غرف أخبار التلفزيونات. تقول كاميلا غرانت، من جامعة ولاية جورجيا الغربية، إنها ستطلب من طلابها من الآن وصاعداً إنتاج تقارير لأكثر من وسيلة إعلامية واحدة، بعد أن رأت إلى أي حدّ أضّرت المحطة المضيفة لها، «كي إم أو إل – تي في» في سان انطونيو بولاية تكساس، على أن يقوم محرروها بكتابة مقالات لموقع الإنترنت التابع للمحطة بصورة مستديمة. كذلك، عاد داتش هوغات، من جامعة هاردينغ، من عمله كزميل في إحدى غرف الأخبار عاقداً العزم على أن يكون أكثر تشدّداً، وقال: «الأمر الرئيسي الذي أريد التشديد عليه مع طلابي هو السرعة التي يجب أن تُكتب فيها التقارير وتُذاع.»

إن تعليم الصحفيين الشباب العمل بسرعة أكثر سوف لا يزيد إلاّ كمية ما ينتجون دون نوعيته. فهؤلاء بحاجة أيضاً إلى تدريب في علم الاخلاقيات والقانون. وهم يحتاجون إلى الممارسة العملية في إصدار الأحكام الصائبة حول قيمة الأخبار التي يمكن إذاعتها، والتعامل مع القرارات الصعبة بالنسبة للمواعيد النهائية لتقديمها. سوف يكون عليهم أن يقرروا: هل من المناسب نشر صور مروعة من موقع جريمة؟ هل يجب بدء عناوين نشرة الأخبار بخبر عاجل ذي وقع بصري يلفت الأنظار لكنه دون أهمية تذكر؟ وعليهم النظر في النواقص الواردة في رواية إخبارية وثم معرفة كيفية وأين يجب التفتيش عن هذه النواقص وما هي الأسئلة التي يتوجب عليهم طرحها لإصلاح النواقص في الخبر؟ عليهم أن يتعلموا الجغرافيا والتاريخ لأن رؤساء التحرير يفتشون عن أناس يحسنون التفكير، وليس كبس الأزرار فحسب. طلب دان وايزر، من محطة «كاي سي آر إي – تي في»، في سكرامنتو بولاية كاليفورنيا، من المرشحين الجدد للعمل أن يشرحوا له معنى مؤشر أسعار الأسهم الصناعية، المسمى داو جونز، فوجد أن العديد منهم لم يعرف عنه شيئاً على الإطلاق. ويقول شون كينيدي، مدير الأنباء، في محطة «كاي تي إي إل – تي في»، في شريفبورت بولاية لويزيانا، إن إحدى الأسئلة المفضلة التي يطرحها على المرشحين الجدد من الموظفين هي: من هو جيمس دين، وجيمي دين، وجون دين؟ (الجواب : ممثل سينمائي، ومغني ألحان ريفية، ومتهم في قضية ووترغيت).

يحتاج الصحفيون الإذاعيون في المستقبل إلى تعلّم هذه الأمور في الكلية لأن هذا، في كثير من الأحيان، هو التدريب الرسمي الوحيد الذي يتلقّونه. لا يُطلب من الصحفيين الأميركيين أن يتابعوا مقررات دراسية من التعليم المتواصل للتمكن من الاستمرار في مهنتهم، كما أن ليس هناك إلا القليل من المؤسسات الإخبارية التي تؤمّن لموظفيها بشكل أكبر فرص تدريب في منتصف حياتهم المهنية. فقد قال نصف مجموع الصحفيين الذين طُرحت عليهم أسئلة خلال دراسة أعدها مجلس رؤساء المنظمات القومية للصحفيين انهم لم يتلقّوا أي تدريب من هذا النوع على الإطلاق.

ظهر غياب هذا التدريب المتواصل واضحاً لدى الصحفيين العاملين في محطات التلفزة المحلية. وجدت الدراسة أن 81 بالمئة من الصحفيين قالوا إن التدريب في علم أخلاقيات الصحافة أمر هام، لكن 33 بالمئة منهم فقط قالوا انهم يتلقون تدريبا كهذا. وقال أكثر من نصف (54 بالمئة) الصحفيين العاملين في محطات التلفزة إنهم بحاجة إلى التدريب في موضوع محتوى الأخبار او لتغطية بعض ميادين محددة من الأخبار، لكن 13 بالمئة منهم فقط قالوا انهم يتلقون هذا النوع من التدريب. 2 واعترف مدراء الأخبار التلفزيونية الذين طرحت عليهم الأسئلة في نفس الدراسة، أن عليهم تأمين مزيد من التدريب لموظفيهم، لكنهم قالوا إن ليس لديهم الوقت أو المال الكافي لذلك. قال ناشر الدراسة بفرلي كيس3: «على الرغم من أن المؤسسات الإخبارية تعمل في حقل المعرفة، فان صناعة الأخبار تتخلف وراء الصناعات الأخرى في تزويد الناس بالمعارف الجديدة والمهارات من خلال التدريب الاحترافي.»

قلائل هم المدراء العامون، على غرار شون أوزوالد، المدير العام لمحطة تلفزيون «كاي إن إس دبليو»، في ويشيتا بولاية كانزاس، الذين يقدّرون أهمية التدريب بما فيه الكفاية لجعله أولوية من أولويات المحطة. «انه لتعليق محزن على عملنا – إننا لا ندرّب الناس»، كما قال أوزوالد لصحيفة ويتشيتا بزنس جورنال. وأضاف، «لقد فقدت صناعة الإعلام عدداً كبيراً من الناس العاملين في مجال المبيعات، ومن المراسلين والمصورين الجيدين لأنها لم تدرّبهم». وعلى عكس ذلك، يعطى إعلاميو التلفزيون، في بعض البلدان الأوروبية، الذين وقعوا عقوداً مع النقابات الصحفية، إجازات مدفوعة الأجر كل بضع سنوات للسعي وراء فرص تطويرهم المهني. وفي حين لا يؤمن لهم أرباب العمل أي تدريب، يستطيع الإعلاميون الذين يعملون في المؤسسات الإذاعية في الولايات المتحدة أن يسعوا إلى التدريب على حسابهم الخاص، والالتحاق بمجموعة منوعة من المؤسسات والمنظمات. معظم تلك المنظمات هي، إما منظمات مستقلة، أو منظمات تُموّل بفضل إشتراكات الأعضاء. يُقدّم معهد بوينتر، وهو كلية للصحفيين في سانت بيترسبورغ بولاية فلوريدا، مقررات دراسية للإعلاميين في منتصف حياتهم المهنية في مواضيع التحقيقات الصحفية، والإنتاج، وأخلاقيات المهنة، وإدارة الأخبار. وتنظم المجموعات المهنية ذات العضوية، مثل جمعية مدراء الأخبار في الإذاعة والتلفزيون، والجمعية القومية لمصوّري الصحف، ومراسلي ومحرري التحقيقات الصحفية، ورش عمل إقليمية وقومية بصورة منتظمة لأعضائها. ومع أن التكاليف متدنية عادة، يتوّجب على الصحفيين الذين يشتركون بالعديد من ورش العمل والحلقات الدراسية هذه دفع نفقاتهم الخاصة، وأحياناً استخدام فترات عطلهم لحضورها.

يتم تأمين التدريب العملي في بعض غرف الأخبار في محطات التلفزة، لكن هذا التدريب يميل لأن يكون محدوداً من حيث إمكانية توفره وحجمه. ويستطيع المراسلون الشباب أن يتعلموا أدق جوانب مهنتهم من المشرفين عليهم الذين يحررون نصوصهم ويوافقون عليها. لكن دراسة أعدّت حديثاً وطالت

مراسلين لديهم خبرة سنتين أو أقل، وجدت أن حوالي 40 بالمئة من هؤلاء قالوا إن محطاتهم ليس لديها عملية رسمية للموافقة على نصوصهم قبل بثها على الهواء. وهذا يوحي بان العديد من الإعلاميين الأقل خبرة في إعداد النشرات الإخبارية في محطات التلفزة يتلقون القليل من التوجيه لتحسين عملهم أو قد لا يتلقون أي توجيه على الإطلاق. فالعديد من المحطات الخاصة تعتمد على مستشارين خاصّين من شركات خارجية، مثل شركة فرانك إن. ميغيد، أو برودكاست إيميج غروب، لتوجيه موظفيها.5 . يقدم بعض المستشارين دورات تدريبية حول الكتابة والإنتاج. لكن توجيهاتهم غالباً ما تقدم بنوع خاص إلى مذيعي الأخبار وتركز على المظهر ومهارة تقديم الأخبار وليس على القضايا الصحفية. يُقدم ميغيد، مثلاً، المساعدة في مواضيع الماكياج، واللباس، والشعر، ونبرة الصوت.

ورغبة منها في ملء هذه الفجوة، دخلت مجموعات لا تبغي الربح، مثل نيوزلاب ومشروع الإمتياز في الصحافة، الحلبة لتقديم برامج تدريب قليلة الكلفة أو مجانية في غرف أخبار التلفزيون. تمول هذه المجموعات عادة مؤسسات على صلة وثيقة بحقل الصحافة وتؤمن التدريب في تلاوة القصص الإخبارية، واتخاذ القرارات، وتنظيم غرف الأخبار، وفي مجالات مواضيع محددّة أخرى كتغطية قضايا الصحة أو التعليم. وتطور بعض مجموعات محطات التلّفزة برامجها التدريبية الخاصة لإعداد المرشحين لوظائف محددة في غرف الأخبار التي لا تجتذب الكثير من طالبي الوظائف، مثل وظائف البثّ المباشر. أسست سوزانا شولر، مديرة الأخبار المشاركة في مجموعة نكستار برودكاستينغ إنك، ما سمّته كلية المنتجين، بقصد جذب المرشحين من المنتجين إلى محطات شركتها. تقدم المحطات تدريباً عملياً مدفوع الأجر لطلاب الكليات في سنة التخرج، حيث يدربون على إنتاج نشرات الأخبار، ويتعهد الطلاب بالمقابل توقيع عقد لمدة سنتين إذا ما عرض عليهم عمل في الإنتاج من قبل أية محطة تابعة لشركة نكستار.

انضمت مجموعة هيرست آرجايل مؤخراً إلى بيلو كوربوريشن لتقديم «أكاديمية المنتجين» لصقل مهارات منتجي الأخبار الذين يعملون في محطاتها. يقول كاندي آلتمان، نائب رئيس هيرست، ان المشاركين يعملون في كل مجال، بدءاً من مهارات جمع الأخبار وأخلاقيات المهنة، وصولاً إلى كتابة العناوين وإنتاج نشرات الأخبار.

من الواضح أيضاً أن هناك العديد من الصحفيين الشباب الذين يحتاجون إلى، ويرغبون في الحصول على تدريب أكثر من التدريب الذين يحصلون عليه. غير انه يبدو، في الأمد القصير، إن هذا الوضع مدعوّ إلى الإستمرار. فقد دفع الوضع الإقتصادي الحالي في الولايات المتحدة العديد من المؤسسات الخيرية إلى خفض مساعداتها المالية لبرامج التدريب الصحفية، كما من غير المتوقع أن تموّل غرف الأخبار التي تواجه إنخفاضاً في موازناتها برامج التدريب. سوف تكون هناك حاجة لإجراء أبحاث، في الأمد الطويل، لتحديد حجم مردود الإستثمار الممكن ان تتوقّعه الشركات عندما تؤمّن التدريب للعاملين في غرف الأخبار. وتشير الوقائع إلى أن التدريب يساعد الصحفيين، في عدد من الطرق، بدءاً من تحسين عملهم وصولاً إلى إعادة تأجيج ولعهم بالصحافة. فلو تمكنت الدراسات من أن تبرهن أن هذا التدريب قادر على إعطاء مردود عن طريق تحسين الأرباح الصافية للشركات، فإن قضية تدريب الصحفيين سوف تصبح أقوى حقاً.

الهوامش:

قول بوسيك:

http://www.emonline.com/newspro111802jschool.html

دراسة التوظيف:

http://www.grady.uga.edu/annualsurveys/htm.pauleyReport01

دراسة المراسلين الشباب:

http://www.newslab.org/tuohey.htm

قول كيس:

http://www.spj.org/news.asp?REF=230

دراسة طلاب جامعة كولومبيا:

http://.spj.jrn..columbia.edu19survey.pdf

4- قول اوزوالد:

http://wichita.bizjournals.com/wichita/stories/2002/10/28/7.story.pdf.html

5-خدمات ميغيد:

http://www.magid.com/resources/ctd.html

بوتر مراسل سابق لشبكات محطات التلفزة سي بي إس وسي إن إن. نيوزلاب مصدر لا يبغى الربح لغرف أخبار التلفزيون، يركز على الأبحاث والتدريب، ويخدم المحطات المحلية عبر الولايات المتحدة.

http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm

U.S. DEPARTMENT OF STATE / BUREAU OF INTERNATIONAL INFORMATION PROGRAMS

global issues

Seeking Free & Responsible Media

An Electronic Journal of the U.S. Department of State • Volume 8, Number 1, February 2003